



Стопанска академия "Д. А. Ценов"
– Свищов
Катедра "Международни
икономически отношения"



Русенски университет
"Ангел Кънчев"
Катедра "Икономика"



Икономически университет -
Варна
Катедра "Международни
икономически отношения"

**20 ЮБИЛЕЙНА
МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА
КОНФЕРЕНЦИЯ**

**ГЛОБАЛНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА
ПРЕД МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС**

СБОРНИК С ДОКЛАДИ



Свищов
2016

През месец април 2016 година катедра “Международни икономически отношения” при Стопанска академия “Димитър А. Ценов” - Свищов организира своята ежегодна научно-практическа конференция за двадесета юбилейна година.

Темата на настоящата конференция бе “Глобални предизвикателства пред международния бизнес”, с обособени пет различни направления:

1. Международни икономически кризи.
2. Международни инвестиции.
3. Международен туризъм.
4. Международен маркетинг.
5. Международна интеграция и търговия.

Конференцията се проведе в Базата за обучение на Стопанска академия в с. Орешак, съвместно с преподаватели от катедра “Икономика” при Русенски университет “Ангел Кънчев” и катедра “Международни икономически отношения” при Икономически университет – Варна. Участие взеха студенти и докторанти от специалност “Международни икономически отношения” от трите висши учебни заведения, както и чуждестранни студенти, обучаващи се по програма “Еразъм +” в Свищов.

Програмен комитет:

- **Доц. д-р Галина Захариева** – ръководител катедра “Международни икономически отношения”, Стопанска академия “Д. А. Ценов” – Свищов
- **Доц. д-р Георги Маринов** – ръководител катедра “Международни икономически отношения”, Икономически университет – Варна
- **Проф. д-р ик. н. Дянко Минчев** – ръководител катедра “Икономика”, Русенски университет “Ангел Кънчев” – Русе

Рецензенти:

- **Проф. д-р ик. н. Таня Горчева**
- **Доц. д-р Галина Захариева**
- **Доц. д-р Драгомир Илиев**
- **Гл. ас. д-р Симеон Момчев**
- **Гл. ас. д-р Карина Саркисян-Дикова**
- **Гл. ас. д-р Галин Стефанов**

Публикациите отразяват личните виждания на авторите. Изказаните тези, обосноващите изводи и твърдения не обвързват по никакъв начин Организационния комитет на конференцията. Авторите на материалите, публикувани в настоящия сборник, носят отговорност за тяхната автентичност.

ГЛОБАЛНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС

Издава се в рамките на проект № К2-2016: 20-та юбилейна студентска научно-практическа конференция: “Глобални предизвикателства пред международния бизнес”, със средства от държавната субсидия за научна дейност на СА “Д. А. Ценов”, съгласно Наредба №3 (ДВ. бр. 94/04.12.2015 г.).

Адрес на електронното издание:
www.mioconference.eu/publications

СЪДЪРЖАНИЕ:

МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ КРИЗИ

ИСЛАНДСКАТА РЕВОЛЮЦИЯ КАТО МОДЕЛ ЗА СПРАВЯНЕ С ФИНАНСОВАТА КРИЗА	7
---	----------

Таня Димитрова Митева

ВЛИЯНИЕ НА САНКЦИИТЕ СРЕЩУ РУСИЯ И РУСКОТО ЕМБАРГО ВЪРХУ ВЪНШНОТЪРГОВСКИТЕ ОТНОШЕНИЯ НА РУСКАТА ФЕДЕРАЦИЯ И ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ	12
---	-----------

Марина Илинична Къося

ВЛИЯНИЕ ЕКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА РЫНОК ТРУДА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	17
---	-----------

Алиса Александровна Сурменева

СВЕТОВНАТА ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА И БЪЛГАРИЯ.....	22
--	-----------

Жанета Христова Асенова

МЕЖДУНАРОДНИ ИНВЕСТИЦИИ

СЛИВАНИЯТА И ПРИДОБИВАНИЯТА КАТО ФОРМА НА ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ	31
--	-----------

Катя Петрова Костова

РОЛЯТА НА ДЪРЖАВАТА ЗА ПРИВЛИЧАНЕ НА ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ.....	36
--	-----------

Павлин Петков Христов

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИХ ПРИВЛЕЧЕНИЯ	39
---	-----------

Гаяне Арменовна Геворгян

КАЗУСЪТ “ЕКОНТ” ИЛИ ФРАНЧАЙЗ ОТ НОВО ПОКОЛЕНИЕ	42
---	-----------

Десислава Йорданова Илиева

ПРЕКИ ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ В БЪЛГАРИЯ.....	46
--	-----------

Цвета Маринова Янкова

МЕЖДУНАРОДНИ ИНВЕСТИЦИИ И ПРЕКИТЕ ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ В БЪЛГАРИЯ.....	50
--	-----------

Людмил Пламенов Гатев

МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИЗЪМ

ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ТЕРОРИСТИЧНИЯ АТЕНТАТ В БУРГАС ВЪРХУ ТУРИСТОПОТОКА В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ.....	59
--	-----------

Даниела Георгиева Илиева

Йордан Илиев Нейков

ПРОБЛЕМИ И КОНФЛИКТИ В РАЗВИТИЕТО НА КУРОРТА ЗЛАТНИ ПЯСЪЦИ..	64
Александър Николаев Мъглов	
КОМПАРАТИВЕН АНАЛИЗ НА ОБСЛУЖВАНЕТО В ХОТЕЛИТЕ НА МЕЖДУНАРОДНО НИВО.....	69
Велислав Ивелинов Иванов	
SLUM TOURISM - КОГАТО БЕДНОСТТА СТАВА ЗАБЕЛЕЖИТЕЛНОСТ.....	72
Яна Стояновна Енева	
МЯСТО И ЗНАЧЕНИЕ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ И МЯСТОТО НА БЪЛГАРИЯ В НЕГО	77
Мария Вълканова Вълканова	
МЕЖДУНАРОДЕН МАРКЕТИНГ	
THE MAIN PRODUCT STRATEGIES OF INTERNATIONAL MARKETING.....	83
Виолета Валентиновна Скворцова	
СБЛЪСЪКЪТ МЕЖДУ ТРАДИЦИОННАТА И ОНЛАЙН ТЪРГОВИЯТА.....	87
Георги Иванов Стоянов	
МЕЖДУНАРОДНА ИНТЕГРАЦИЯ И ТЪРГОВИЯ	
НЕФОРМАЛНИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ В СИСТЕМАТА НА МЕЖДУДЪРЖАВНО СЪТРУДНИЧЕСТВО	95
Ивайло Иванов Петров	
РЕГУЛИРОВАНИЕ ОФШОРНОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОЙ ЕКОНОМИКИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ И НАЦИОНАЛНОМ УРОВНЕ.....	102
Юрий Анатольевич Головин	
АНАЛИЗ НА ВЪНШНОТЪРГОВСКАТА ОБВЪРЗАНОСТ НА БИВШИТЕ ЧЛЕНКИ НА СИВ И НАСТОЯЩИ ЧЛЕНКИ НА ЕС С РУСКАТА ФЕДЕРАЦИЯ	108
Даниела Тинкова Трифонова	
КРЪГОВАТА ИКОНОМИКА И ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ПРЕД ЕВРОПЕЙСКИЯ БИЗНЕС	116
Диана Стояновна Енева	
ИКОНОМИЧЕСКО РАЗВИТИЕ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА КАНАДА В ПОСТКРИЗИСНИЯ ПЕРИОД.....	122
Мария Николаева Стойкова	
АНАЛИЗ НА ВЪНШНАТА ТЪРГОВИЯ НА ГЕРМАНИЯ (2010-2014 Г.).....	127
Пламена Илкова Чурова	
ОСНОВОПОЛАГАЩОТО ЗНАЧЕНИЕ НА МИТНИЧЕСКИТЕ РЕЖИМИ ЗА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТЪРГОВСКИ ОБМЕН.....	132
Калин Илиев Ганчев	

ТЕМАТИЧНО НАПРАВЛЕНИЕ

МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ КРИЗИ



ИСЛАНДСКАТА РЕВОЛЮЦИЯ КАТО МОДЕЛ ЗА СПРАВЯНЕ С ФИНАНСОВАТА КРИЗА

Таня Димитрова Митева
Специалност "Международни икономически отношения", 4 курс
Стопанска академия "Димитър А. Ценов" - Свищов

1. Въведение

През 2008-2009 г. светът преживя най-дълбоката рецесия след Голямата депресия от 30-те години на миналия век. Бързо развилата се глобална финансова и икономическа криза оказва голямо въздействие върху икономиките на европейските държави - както на развитите, така и на развиващите се. Европейските банки, които имаха големи инвестиции на американския ипотечен пазар бяха засегнати тежко, а правителствата на държавите преха всичко възможно, за да ги спасят.

В настоящия доклад ще разгледаме как малката островна държава - Исландия се справя с настъпилата криза и за кратък период от време успява да рестартира икономиката си. Бихме могли да определим това явление като "революция", защото то се свързва с коренен прелом, обрат в областта на икономиката и управлението на държавата (от типичната неолиберална икономика, през решение за изплащане на външните дългове, за да се стигне до пренаписването на нова Конституция от гражданите). Към термина "революция", ще добавим уточнението, че действията са проведени по съвсем мирен и законен начин.

За целта нека първо разграничим понятията "икономическа криза" и "финансова криза". В световната икономическа литература и в стопанската практика е прието, че финансовата криза, обхванала и материалното производство, т.е. прераснала в рецесия, се нарича "икономическа криза". Това понятие е по-широко и по-богато от "финансова криза".¹

Сандарараджан и Балиньо, експерти от МВФ, употребяват терминът "финансова криза", за да означат процес, при който увеличаването дела на лошите кредити в портфейлите на финансовите институции, последвано от нарастване на техните загуби и намаляване на стойността на портфейлите, води до проблеми с ликвидността и затормозява функционирането на платежната система. Такъв процес е следван от ликвидация на неплатежоспособните институции, сливания или преструктуриране. Тези събития обикновено са шок за икономиката и задълбочават появилия се вече спад в производството (или допълнително понижават темповете на растеж в сравнение с нормалния цикъл) и проблемите с платежния баланс на страните.²

2. Причини за настъпването на кризата и преминаването към исландската революция

През 2003 г. всички банки в страната са приватизирани и с цел привличане на повече средства те въвеждат онлайн-банкирането, а минималните разходи им позволяват да предложат относително висока доходност. Специалните сметки "IceSave" привлякоха голям брой малки и средни холандски и британски инвеститори. Но заедно с ръста на инвестициите нарасна и външния дълг на банките. През 2003 г. външния дълг на Исландия е 200% от нейния БВП, а през 2007 година се увеличава над 4 пъти и достига 900%. Световната финансова криза през 2008-ма нанася силен удар върху икономиката.³

Като основна причина за финансовата криза е посочена небрежността на банките в

¹ Ангелов, Иван. "Световната икономическа криза и България", София 2010 г. Акад. издателство "Проф. Марин Дринов", стр. 12.

² Манчев, Цветан. "Есе за финансовата криза", София 2005 г. Агенция за икономически анализи и прогнози, стр. 11.

³ <http://worldtodaybg.com/2013/02/21/исландската-революция-и-защо-я-няма/>

Исландия. Част от тяхната практика е да вземат по-големи заеми, отколкото могат да изплатят и да отпускат лоши кредити.

В началото на октомври 2008 г. банковата система на Исландия рухва. Спестяванията на населението се изпаряват, страната е залята от безработица, ежедневните неща стават непоносимо скъпи, изчезват социални придобивки. Частното потребление за периода 2007-2010г. спада с една четвърт. Исландската крона губи 85% от стойността си спрямо еврото, държавният дълг се увеличава до 130% спрямо БВП. Много жители напускат родината си. В края на 2008г. Исландия обявява банкрут.

МВФ и Световната банка поставят своето изискване да бъдат приватизирани обществено значимите блага, да бъдат орязани непроизводствените социални, здравни и образователни разходи, и да бъдат приети редица дългови условия, ограничаващи икономиката на Исландия и подчиняващи я на "оздравителния" ред, познат вече в няколко европейски държави. За Исландия това значи да предаде икономическия си суверенитет за следващите няколко десетилетия в ръцете на международни финансови институции, които да определят дали, как и за какво ще се разходва бюджетът на Исландия, като определят по този начин благосъстоянието и съдбините на обществото.⁴

След последвалото положение Исландия не прави опит да спасява банките си и оставя "Кауптинг", "Ландсбанки" и "Глитнирбанк" да обявят банкрут. Това е първият полезен урок на Исландия, който останалите страни могат да вземат за пример. И точно в този момент нечленуването на Исландия в ЕС се оказва от изключително важно предимство за нея, което ѝ позволи да избегне натиска на Брюксел за бюджетна подкрепа на банкрутиралите банки, с цел да продължи обслужване на дълговете към чуждите финансови институти. Вследствие на това последните претърпяха големи загуби.

Към пострадалите от банковия фалит в Исландия принадлежат и много обикновени европейци, които са поверили спестяванията си на нейни банки. Голяма част от тях са от Великобритания, която иска обезщетение от 2,4 млрд. лири, и Холандия - 1,3 млрд. евро, като към това се прибавят течащите лихви в размер на 5,55%. Оказва се, че много британци и холандци са държали парите си в исландски банки, заради високите лихви, но когато тези банки фалират, никой не може да им гарантира тези пари.

Но исландското население отказва да плаща за грешките на банките и са организирани протести пред парламента, чрез които гражданите успяват да свалят министър-председателя и целия му кабинет. Насрочени са нови избори.

Великобритания и Холандия заплашват страната със сурови репресии, които биха довели до пълната ѝ изолация. Когато исландците обмислят подготовянето на референдум, биват заплашени от МВФ, че ще спре всякакво финансиране към държавата, а от британското правителство - да замрази спестяванията и текущите им сметки.⁵

Страната е в лоша икономическа ситуация. Законопроект предлага изплащането на дълговете към Великобритания и Холандия да станат в следващите 15 години.

През 2010г. отново несъгласни със случващото се, хората излизат на улиците, настоявайки за референдум. Президентът спира законопроекта и обявява референдума. Като резултат от него е приет отказът за изплащането на дълговете, с 93% гласували "за", а МВФ спира кредитирането на страната. По същото време правителството продължава разследването на виновните за кризата, като са задържани много изпълнителни директори и банкери. Интерпол издава заповед, която принуждава всички замесени да напуснат страната.

Исландското общество има намерение да разкрие до дъно обстоятелствата, които са довели страната до тази безпрецедентна катастрофа. За целта е конституирана парламентарна комисия, която през април 2010 г., представя първите резултати от своите проучвания. Там се назовават и отговорните лица. Това са управителят на централната банка, шефът на службата по финансов надзор, както и тогавашният консервативен министър-председател Гейр Хаарде и неговият министър на финансите и икономиката. Парламентът разк-

⁴ <http://targ.bg/bg/новини/4-безработица-напук-на-целият-цивилизован-свят/1022/>

⁵ <http://worldtodaybg.com/2013/02/21/исландската-революция-и-защо-я-няма/>

рива и връзките между финансови институции, политици и медии, които водят до пагубната дерегулация в банковия сектор.

Чрез кризата в Исландия се сформира асамблея, която да пренапише конституцията, като заложи и научените уроци (тя ще замени досегашното копие на датската конституция). Избрани са 25 граждани, без каквито и да било политически връзки, от 522-ма кандидата, за които единствено изискване било да са пълнолетни и да имат подкрепата на 30 човека. Въпросите по новата конституция са се предлагали и обсъждали в социална мрежа.

По-късно (2011г.) Великобритания и Холандия съдят Исландия в съда на Европейската асоциация за свободна търговия (ЕФТА). През 2013г. той излиза с решение и отхвърля всички претенции срещу Исландия и тя печели правната битка. Той отсъди, че страната не е нарушила директивата за гарантиране на депозитите заради магнитуда на системната криза в банковия сектор на Исландия. В решението се казва още, че страната не е дискриминирала вложителите в "Icesave" на база тяхната народност.⁶

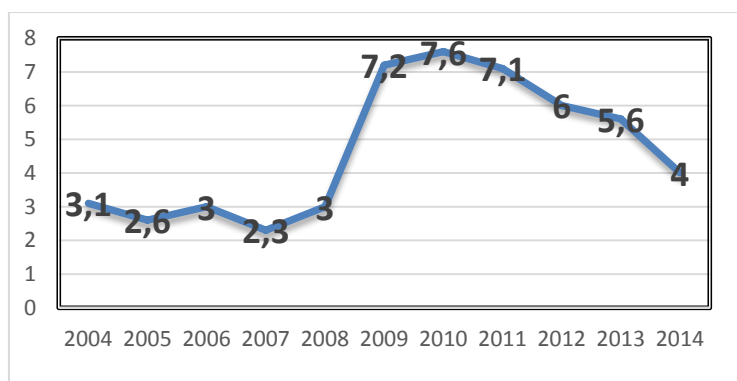
3. Влияние на предприетите реформи

Накратко ще уточним какви са резултатите от революцията в Исландия:

- оставка на правителството на страната;
- национализация на банките;
- референдум, на който гражданите гласуват дали да се изплатят задълженията към чуждестранните инвеститори;
- обявяване на мораториум;
- арест и затвор за отговорните за кризата лица;
- съставянето на нова Конституция от самите исландци.

За да проследим как тези резултати се отразяват на икономиката на държавата ще разгледаме нивата на безработица и инфлация, и стойностите на БВП на глава от населението в периода на финансовата криза, преди и след нея.

Безработицата от 7.6% през 2010 година спада до 4% през 2014 година. Безработицата може да не е кой знае колко голям проблем за големите страни, но Исландия е с изключително малко население едва 332 хиляди човека (биха се събрали в някой от по-големите квартали на София). При толкова малко население това ниво на безработица е твърде много. Графично тези промени можем да проследим във Фиг. 1, в която са изведени стойностите на безработицата в Исландия в периода 2004-2014 г.

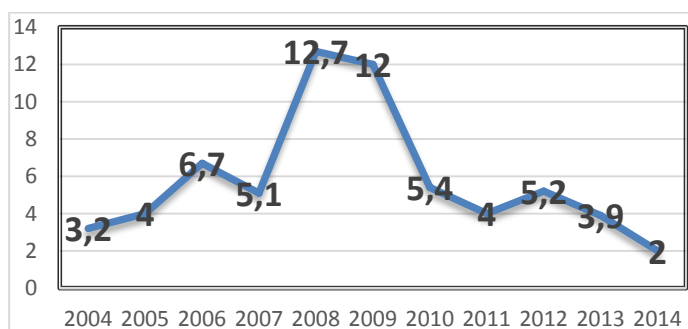


Фиг. 1. Коефициент на безработица в Исландия в периода 2004-2014г.⁷

При малка икономика като Исландия инфлацията може да влияе много чувствително на страната. През 2008г. тя достига до стойност от 12.7%, което е ужасяващо. След предприетите мерки за заздравяване икономиката на страната, инфлацията през 2010г. спада драстично на 5,4% и продължава в същата посока, за да стигне до ниво от 2% през 2014г. (Фиг. 2).

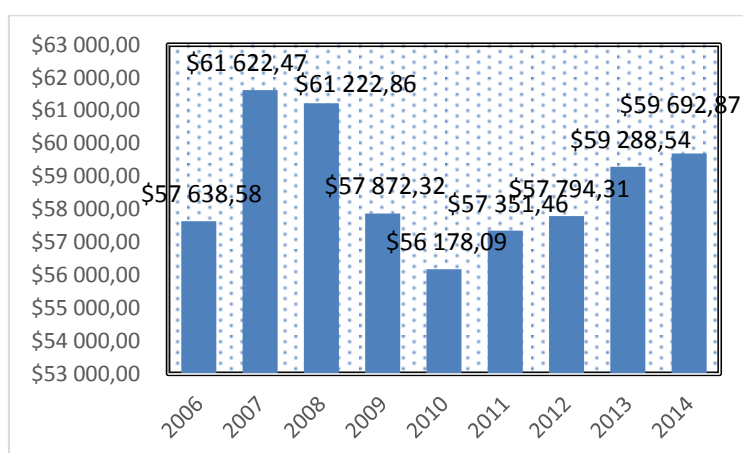
⁶ <http://www.investor.bg/evropa/334/a/islandiia-specheli-bitkata-s-velikobritaniia-i-holandiia-146025/>

⁷ <http://bg.theglobaleconomy.com/compare-countries/>



Фиг. 2. Инфлация: Процентно изменение на Индекса на потребителските цени (2004-2014 г)⁸

На Фиг. 3 са представени стойностите на БВП на глава от населението за периода от 2006г. до 2014г. Наблюдаваме, че в следкризисния период те отново започват да нарастват, което също сигнализира за възстановяването на икономиката на Исландия.



Фиг. 3. БВП на глава от населението за периода 2006-2014г. в щатски долари⁹

В предкризисния период, когато активите на финансовите институции нарастват в пъти, а брутният вътрешен продукт е в добри стойности, голяма част от населението се съблазнява да премине от развитото до момента производство и да се насочи към финансовия сектор. Рибарите навлизат в банкирането, а моряците започват да спекулират на пазара за недвижимите имоти.

След кризата и настъпилите реформи, населението се връща към производството и се стреми да развива все повече важните за страната отрасли. Според репортаж на Ройтерс от 2012 г, рибарите получават двойно по-голяма надница от тази която са получавали преди финансовата криза. Икономиката на Исландия е силно зависима от риболова и преработването на риба, които представляват около 40% от приходите от износ и малко над 12% от БВП на страната.

Намаляването на инфлацията и безработицата, увеличаването на БВП, увеличаването на заплащането на работещите, както и на производството и износа са все сигнали за изненадващо бързия икономически растеж в Исландия и възстановяването от икономическата криза.

През февруари 2012г. Исландия успява да си върне инвестиционния рейтинг от Fitch, като същото се случва и с другите две агенции- Moody 's и Standard & Poor's. Рейтингът на страната е повишен до инвестиционно ниво, само 3 години след като икономиката се срива вследствие на световната финансова криза. Така държавата отново е сигурно място на чуждестранните инвеститори.

4. Моделът на Исландия за справяне с финансовата криза

Дали е възможно подходът на островната държава да бъде приложен в други държави, за да излязат те от тежкото положение на финансовата криза? Можем да дадем за пример Гърция, тъй като тя е най-обсъжданата държава със "спасителен план".

⁸ <http://bg.theglobaleconomy.com/compare-countries/>

⁹ <http://www.tradingeconomics.com/iceland/gdp-per-capita>

Да, възможно е, но следва да се направи уточнението, че не може да изцяло да съпоставим държавите една с друга, тъй като всяка от тях е различна, с различен размер на икономиките, развити отрасли и т.н. Най-съществената разлика при тези две държави е, че Гърция е член на Европейския съюз и по този начин тя се е съгласила и е предоставила част от суверенитета си на наднационалните органи. Така тя няма свободата, с която разполага Исландия при вземането на решения.

Южната ни съседка е от държавите, взели решението да спасяват финансовите си институции от фалит с помощта на многократните помощи на т.нар. Тройка- Европейска централна банка, Европейска комисия и Международен валутен фонд, като по този начин се обвързва да изплаща големи суми на кредиторите си в дългосрочен период. В тази ситуация е трудно икономиката на държавата да се стабилизира.

За да се използва моделът на Исландия като начин за справяне с кризата трябва държавата да разчита на:

- Стабилно правителство с голяма подкрепа от народа;
- Защита на интересите на гражданите;
- Възможност за вземане на решения, без намеса на наднационални органи;
- Развити отрасли, които да подпомагат икономиката.

С приложения различен и демократичен подход на островната държава, тя показва как фалитът може да не доведе до огромни фатални последствия и въпреки проблемите и трудностите, които създава в краткосрочен план, исландският подход е правилното решение в дългосрочен.

5. Заключение

Много държави в света са обявявали фалит. Някои по няколко пъти. Това разбира се е труден период, но в зависимост от начина на управление на фалита, може и да не мине толкова трудно. Исландия е пример за това. Само за две години страната рестартира цялата си икономика и поема по пътя на растеж. За разлика от нея други европейски държави предприеха различни мерки, насочени в друга посока и все още са в процес на “заздравяване” на икономиките си, въпреки огромните средства, вложени в тях.

Накратко кои са стъпките, играещи важна роля за исландската революция – оставка на цялото правителство, национализация на банките и запазване спестяванията на гражданите, референдум, на който хората да могат да вземат икономически решения, даване на съд на виновните, пренаписване на конституцията от гражданите и най-важното е отсъствието на Исландия от Европейския съюз, което прави възможно всички останали стъпки. В продължение на няколко години островната държава беше замразила кандидатурата си за членство в Европейския съюз, а през 2015г. правителството на Исландия окончателно я оттегли.

За цялостно заключение на темата за исландската криза можем да използваме израза “В условия на криза печелят смелите ходове, бързите и новаторски решения”.

Източници:

1. Ангелов, Иван. “Световната икономическа криза и България”, София 2010г. Акад.издателство “Проф. Марин Дринов”,
2. Манчев, Цветан. “Есе за финансовата криза”, София 2005г. Агенция за икономически анализи и прогнози
3. <http://worldtodaybg.com/2013/02/21/исландската-революция-и-защо-я-няма/>
4. <http://targ.bg/bg/новини/4-безработица-напук-на-целият-цивилизован-свят/1022/>
5. <http://www.investor.bg/evropa/334/a/islandiia-specheli-bitkata-s-velikobritaniia-i-holandii-146025/>
6. <http://bg.theglobaleconomy.com/compare-countries/>
7. <http://www.tradingeconomics.com/iceland/gdp-per-capita>
8. http://www.dnevnik.bg/biznes/2012/05/28/1820273_islandiia_se_otursva_iznenadvashto_burzo_ot_pepelta_na/
9. <https://islandmodel.wordpress.com/>
10. <http://www.investor.bg/evropa/334/a/fitch-otnovo-moje-da-investirate-v-islandiia-130420/>

ВЛИЯНИЕ НА САНКЦИИТЕ СРЕЩУ РУСИЯ И РУСКОТО ЕМБАРГО ВЪРХУ ВЪНШНОТЪРГОВСКИТЕ ОТНОШЕНИЯ НА РУСКАТА ФЕДЕРАЦИЯ И ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

Марина Илинична Къося

Специалност "Международни икономически отношения", 4 курс
Русенски университет "Ангел Кънчев"

1. Въведение

Санкциите, наложените срещу Руската Федерация, остават една от най-актуалните теми през последните две години. Справедливостта им предизвиква много въпроси и спорове, също както и събитията, които ги породиха.

Санкциите бяха наложени от "Седемте големи", ЕС и други страни заради позицията на Русия по повод събитията в Украйна и референдума в Крим. Тези санкции срещу Русия провокираха отговорно ембарго върху вноса на селскостопански стоки с произход от ЕС, Австралия, Канада, Норвегия и САЩ.

Целта на настоящия доклад е да се анализира икономическата ситуация в Русия след наложените взаимни ограничителни мерки и тяхното влияние върху външна търговия между Русия и ЕС.

2. Изложение

По мнение на експерти, санкциите се оказват една от причините за финансова криза в Русия.¹ Те ще препятстват растежа на руската икономика и през периода 2016-2018 г. Според доклада на ООН "World Economic Situation and Prospects 2015. Update as of mid-2015" наложените санкции са сред трите основни фактори, които водят до съкращение на потенциален ръст на БВП на страните от ОНД през 2015-2016 г.²

Налагането на санкциите срещу Русия се разглежда в няколко етапа. Настоящата разработка не е насочена към анализирането на етапите, затова съвсем накратко ще ги споменем:

Етап I – ограничаване на сътрудничеството с Руската Федерация.

Етап II - ограничаване на доставката на редица технологии в Русия.

Етап III – секторни санкции, насочени към ограничаване на развитието на отделни сектори на икономиката в Русия.

Отговорната реакция на руското правителство не закъснява. В отговор на въведения пакет от санкции, на 6 август 2014 г. започва изпълнение на Указа № 560 "О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации". Според Указ № 560 в срок от 1 година (до 6 август 2015 г.) се забранява вноса в Русия на селскостопанска продукция, суровини и хранителни стоки от Австралия, Канада, Норвегия, САЩ и ЕС. Взаимните санкции се превърнаха в един от основните инструменти на външната политика на настоящия етап на икономиките на Русия и страните от ЕС.

Предизвикателствата пред руската икономика, в контекста на санкциите, основно се фокусират върху отслабването на руската рубла, което принуждава Централната Банка да повиши основната лихва от 6,5% до 17%. Това от своя страна възпрепятства кредитирането на промишления сектор. Негативно е влиянието на санкциите и върху инвестиционната активност. При намалена популателна способност населението на страната изпада в предкризисна паника и харчи рублите си основно за покупката на вносните стоки, които постоянно поскъпват.

Един от най-важните показатели на икономиката на всяка една страна е БВП. Според отчетите на Международния валутен фонд, брутният вътрешен продукт на Русия през последните години се променя (вж. Табл. 1).

¹ <http://www.golos-ameriki.ru/content/black-tuesday-mg-vkup/2562131.html>

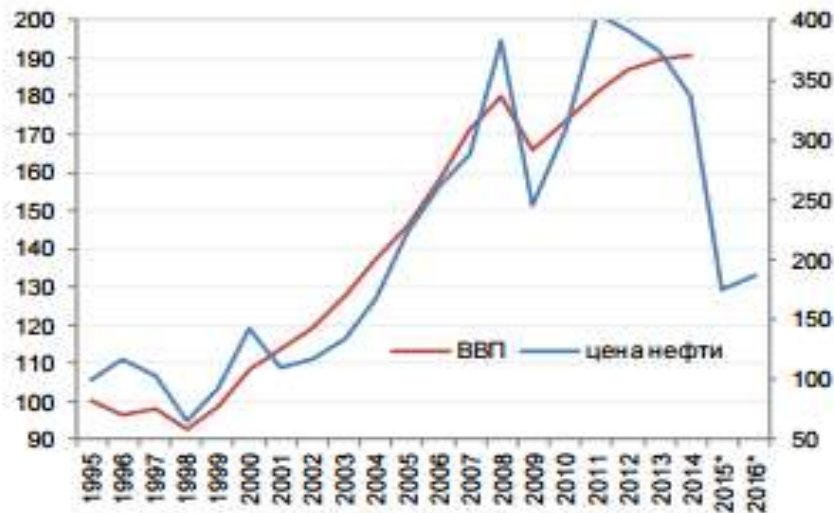
² http://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/wesp_archive/2015wesp_myu_en.pdf

Таблица 1. Динамика на БВП в Русия през 2013-2016 г.³

Година	БВП, трлн. (в нац. валута)	БВП в номинал, трлн.(в USD)	Средногодишен курс USD към рублата
2013	66,19	2,097	31,56
2014	71,406	1,857	38,42
2015	74,19	1,212	61,2
2016 (съгласно прогнозите на МВФ)	82,573	1,327	62,2

Източник: Доклад на Международен валутен фонд № 15/211

В условията на голям шок, поради санкциите, се оказва и цената на нефта. Икономиката на Русия вече не можеше да остане в равновесно състояние с параметрите за потреблението и инвестициите, които съответстваха на високо равнище на цената на нефт и широки възможности за привличане на капитала в този сектор. Според аналитиците на Централната банка на РФ се очертава следната картина (вж. Фиг. 1):



Фиг. 1. Динамика на цената на нефт и БВП 1995-2016 г.

Източник: Доклад на Централна Банка на Русия “Динамика потенциалного ВВП России после нефтяного шока”⁴

След като се запознахме със ситуацията на икономиката в Русия като цяло след налагането на санкциите, нека да разгледаме положението на вноса и износа през 2011 – 2015 година, защото това ще ни очертае по-ясно външнотърговска ситуацията на Русия.

Структурните последици от санкциите създадоха крайна несигурност в оценката на външноикономическото положение. По данните на Централната банка на Руската Федерация през периода 2011-2015 г. структурата на износа и вноса се променя, в посока намаляване (вж. Табл. 2).

Таблица 2. Структура на износа и вноса на РФ през 2011-2015 г.

Година	2011	2012	2013	2014	2015
ИЗНОС (млн.дол)	515 409	527 434	523 275	497 763	259 165
ВНОС (млн. дол)	318 555	335 771	341 337	308 026	143 061

Източник: Статистика на Централната банка на РФ⁵

³ <https://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/scr/2015/cr15211r.pdf>

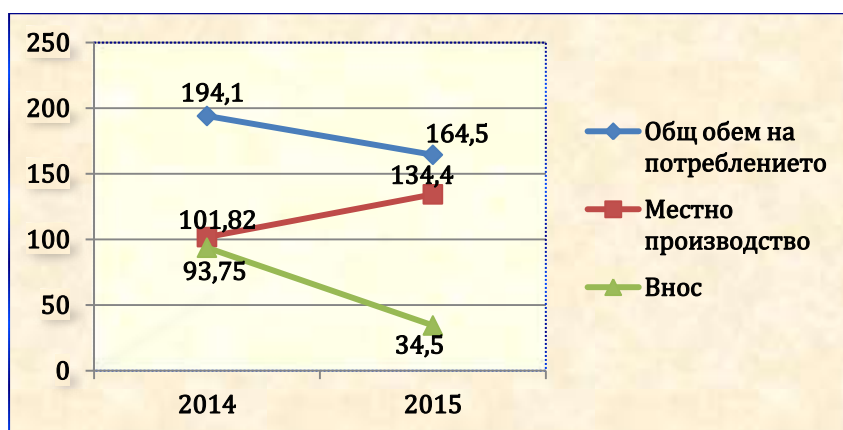
⁴ http://www.cbr.ru/analytics/wps/wps_6.pdf

⁵ http://www.cbr.ru/statistics/?PrtId=svs#QA_Par_27472

Както се вижда от Таблица 2, износът през първите три години остава стабилен, но през 2014 година се наблюдава спад с 25 512 млн. щатски долара, а през 2015 г. спадът се увеличава на 238 598 млн. щатски долара спрямо 2014 г. Това се дължи в голяма степен на санкциите върху храни и селскостопански суровини, горива и енергийни продукти, машини, оборудване и превозни средства.

Вносът също намалява спрямо 2013 г. с 33 311 млн. щатски долара през 2014 г., а през 2015 г. с 164 965 млн. щатски долара спрямо 2014 г. Това се основава на официалното спиране на вноса на селскостопанска продукция, суровини и храни, които са с произход от САЩ, ЕС, Канада, Австралия и Норвегия. В споменатия вече Указа № 560 на Президента на Русия, са указани определени стоки, върху които е наложено руското ембарго.

В създадена се ситуация, през последните години на Руската Федерация ѝ се налага да премине към политиката за “импортозаместване” на различни стоки, забранени за внос. Започва местно производство на стоки, които се внасят от западните страни (в Свердловска област се започна производство на месен деликатес хям; в Татарстан – пармезан; в района Алтай – камамбер и маскарпоне⁶) или пък се сменят доставчиците от други държави, за които няма забрана. Този процес на “импортозаместване” в Русия е илюстриран на Фиг. 2, където е показан обемът на потреблението, вносът и местното производство на кашкавал през 2014-2015 г.⁷



Фиг. 2. Обем на потребление, внос и местно производство на кашкавал в РФ през 2014-2015 г.

Източник: Статия на Виктор Степанов въз основа на данните от Единната междуведомствена информационно - статистическа система (EMISS)

Както се вижда от Фиг. 2, ограничава се общият обем на потреблението на кашкавала в страната от 194,1 хил. т. до 164,6 хил. т. Наложено е ембарго води и до намаляване на вноса от 93,75 хил. т. до 34,5 хил. т. Местното производство обаче нараства с около 32% (от 101,82 до 134,4 хил. т).

Важно е да се отбележи, че налагането на руското ембарго върху вноса на селскостопанска продукция от ЕС и др., рефлектира най-вече върху руските граждани, тъй както продукцията поскъпва с около 40%.

Голямо значение във външната търговия на Русия заема Европейският съюз. Руската икономика е тясно взаимосвързана с икономиката на Съюза. Страните от ЕС представляват около 42 % от вноса и 52,9% от износа на Руската Федерация. Статистическите данни от Федералната митническа служба за външната търговия на РФ и други държави показват тенденция на намаляване на износа и вноса на Русия в ЕС като цяло и поотделно за всяка една държава членка⁸. В Табл. 3 е разгледана по-подробно външната търговия само с някои държави членки, а именно Германия, Обединеното Кралство и България.

⁶ http://ruxpert.ru/Антироссийские_санкции

⁷ <http://moneymakerfactory.ru/biznes-idei/товар-импортозамещения/>

⁸ http://www.customs.ru/index.php?option=com_newsfts&view=category&id=125&Itemid=1976

Таблица 3. Външна търговия на Русия и ЕС през 2013-2015 г.

	2013 г.		2014 г.		2015 г.	
	ИЗНОС млн. USD	ВНОС млн. USD	ИЗНОС млн. USD	ВНОС млн. USD	ИЗНОС млн. USD	ВНОС млн. USD
ЕС	231738,7	109415,2	224227	100348,7	141579,5	57507,2
ГЕРМАНИЯ	30297,6	30851,1	30876,7	27831,4	21445,8	16697,6
ОБЕДИНЕНО КРАЛСТВО	13200,2	6555,6	10509,8	6496,9	6462,3	3125,4
БЪЛГАРИЯ	1894,5	582,9	1287	552,1	1502,4	379,8

Източник: Митническа статистика на Русия за външната търговия

Както се вижда от Табл. 3, външната търговия с ЕС намалява през периода 2013 г. – 2015 г. Износът от Русия към ЕС се съкращава с 3,2 % (7511,7 млн. щатски долара) през 2014 г., спрямо 2013 г. и с 36,9 % (82647,5 млн. щатски долара) през 2015 г. спрямо 2014 г., когато бяха въведени санкциите. Вижда се какво се случва и с износа към Германия и Обединеното Кралство – значително свиване на търговия, а износът към България през 2015 г. расте с 215,4 млн. щатски долара. Това се дължи на вноса на нефт (основен доставчик – *“Лукойл Нефтохим Бургас”*⁹). Вносът от ЕС след налагането на контрасанкциите намалява с 42 841,5 млн. щатски долара – 42,7%. Това основно се дължи на спирането на вноса в Русия на продукти от селскостопанския сектор на ЕС. Тази стъпка е предприета като отговор на санкциите от страната на ЕС, но в същото време контрасанкциите водят до стимулирането на местното производство в големите аграрно-промишлени сектори в Кавказ и Красноярския регион. По такъв начин Русия иска да постигне по-високо ниво на хранителната сигурност като започне да задоволява вътрешния пазар със собственото си производство на плодове, зеленчуци, месо и млечни продукти.¹⁰

Ограниченията върху вноса в Русия от ЕС на технологии за проучването на новите находища на енергоносители, предизвикват несъгласие от страната на европейските граждани, с действията на правителството, тъй като те могат да загубят един от най-големите доставчици на петрол в ЕС (Русия доставя почти половината нефт и една трета от газта за общото потребление на страните от ЕС). Тук може да се даде пример за решението на правителството на Русия за отмяна на строителството на газопровода “Южен поток” поради неконструктивна позиция на ЕС, което ни доказва, че санкциите срещу Русия влияят отрицателно не само върху Руската Федерация, но и върху европейските държави.

Следва да се каже, че напрегнатата политическа ситуация намали и инвестиционните потоци между ЕС и Русия.

Анализът на развитието на външноикономическите отношения между Русия и ЕС през разглеждания период ни насочва към основните проблеми в развитието на външната търговия между тях, а именно: ограничаването на привличане на чуждестранните инвестиции; изкуственото ограничаване на износа; девалвацията на руската валута и увеличаването на инфлацията в Русия.

Като основни предложения за укрепване на търговските отношения между ЕС и Русия биха могли да се посочат следните:

- Отмяна на двустранните ограничения, които пречат на ефективно развитие на взаимната търговия.
- Сключване на нов основен договор между Русия и ЕС, който ще определи вектора за развитието на сътрудничеството и методите за постигането на общите икономически цели.

⁹ http://www.ved.gov.ru/exportcountries/bg/bg_ru_relations/bg_ru_trade/

¹⁰ <http://geopolitica.eu/spisanie-geopolitika-broi-1-2015/1726-zapadat-vs-rusiya-sanktsii-kontrasanktsii-geopoliticheski-proektsii->

- Създаване в рамките на Федералното събрание на Русия специални комисии за регулиране на отношенията с ЕС, за мониторинга на основните цели и задачи на стратегическото партньорство, създаване на условия за тяхната реализация.
- Повишаване на международния обмен в областта на науката и образованието.

3. Заключение

Санкциите срещу Руската Федерация и ответните мерки, оказаха съществено влияние не само върху икономиката на Русия, но и върху икономиката на Европейските държави. Като последица от тях се оказва влошаване на външната търговия между тези два стратегически партньора.

От всичко казано дотук може да направим извод, че нито за ЕС, нито за Русия санкциите водят до благоприятни резултати. И двете страни по конфликта губят стратегически пазари. Перспективите за развитието на търговските отношения между Русия и ЕС са свързани с възстановяването на интеграционното сътрудничество между страните, създаването на нови съвместни институции, позволяващи да се дискутират възникващите противоречия, да се намират допирни точки за общите възгледи, да се съгласуват решенията, отнасящи се до икономическите, политическите и правните процеси.

Поради географската близост взаимодействието между Русия и ЕС е неизбежно. Въпреки геополитическата нестабилност, страните си остават основни търговски партньори, а по-нататъшното им сътрудничество ще позволи да се достигне по-високо ниво на икономическото развитие.

Използвана литература

1. http://www.customs.ru/index.php?option=com_newsfts&view=category&id=125&Itemid=1976
2. <http://geopolitica.eu/spisanie-geopolitika-broi-1-2015/1726-zapadat-vs-rusiya-sanktsii-kontrasanktsii-geopoliticheski-proektsii>
3. http://ruxpert.ru/Антироссийские_санкции
4. <http://moneymakerfactory.ru/biznes-idei/товар-importozamescheniya/>
5. <https://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/scr/2015/cr15211r.pdf>
6. http://www.cbr.ru/analytics/wps/wps_6.pdf
7. http://www.cbr.ru/statistics/?PrtId=svs#QA_Par_27472
8. <http://www.golos-ameriki.ru/content/black-tuesday-mg-vkup/2562131.html>
9. http://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/wesp_archive/2015wesp_myu_en.pdf

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА РЫНОК ТРУДА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Алиса Александровна Сурменева
Специалность “Экономическая социология”, 3 курс
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
студент по програма “Еразъм +” за летен семестър 2015/2016 г.
в Стопанска академия “Димитър А. Ценов” - Свищов

Экономика Российской Федерации на данном этапе находится на уровне “нулевого роста” из-за отсутствия притока капитала и инвестиций. Одна из причин данной ситуации – снижение кредитования российских компаний иностранными банками в связи с антироссийскими санкциями, которое в 2015 году стало самым резким и возможно наиболее продолжительным после кризиса 2008 года. Прибыльность банков снизилась за счет сокращения направлений бизнеса, отказ произошел от следующих услуг: корпоративного кредитования, автокредитования и финансирования под залог недвижимости и других. Многие иностранные банки ушли с российского рынка, а также Центральный Банк РФ отозвал 92 лицензии на осуществление банковской деятельности в 2015 году против 84 лицензий за предыдущий год. Закрытие банков повлекло за собой большую череду увольнений, увеличение безработицы. Несмотря на уменьшение конкуренции в банковской сфере, крупнейшие иностранные банки: Raiffeisen Bank International, UniCredit и Societe Generale - не воспользовались возможностью увеличить свою долю на российском рынке. Отчасти отсутствие желания увеличивать бизнес на российском рынке обусловлено необходимостью увеличения резервов под потенциально проблемные кредиты и нестабильными экономическими условиями.^{1 2}

Даже в период агрессивных антироссийских санкций существует яркий пример использования сложных обстоятельств для развития бизнеса: несмотря на тяжелые обстоятельства, крымские банки сумели построить микросистему на полуострове, тем самым сохранив рабочие места для нескольких тысяч граждан.

Еще один аспект, осложняющий экономическую обстановку в стране, дефицит бюджета Российской Федерации. Федеральный бюджет на 2016 год изначально был рассчитан с дефицитом в 2,4 триллиона рублей, но, учитывая реальную среднегодовую цену нефти 40 долларов за баррель вместо предполагаемых 50, дефицит, по расчетам Министерства экономического развития, может увеличиться до 3,9 триллиона рублей.³

Несмотря на фактическую рецессию экономики, значительного падения ВВП в России не ожидается. Правительство Российской Федерации развивает политику импортозамещения и располагает золотовалютными резервами, составляющими 371,6 миллиарда, что превышает государственный долг в 50,1 миллиарда долларов по состоянию на февраль 2016 года. Перспективу дальнейшего улучшения ситуации в экономике обеспечивает хороший торговый баланс, а также наличие возможностей для создания и развития бизнеса, которым способствует повышение конкурентоспособности отечественных производителей.

Что касается бюджета, премьер-министра Дмитрий Медведев в интервью немецкой газете «Хандельсблатт» подчеркнул, что в данный момент дефицит бюджета обусловлен его 45% зависимостью от поставок нефти и газа. По сравнению с тем, что в 2000 году доля баланса доходов от нефти и газа составляла 70-75%, Правительство РФ постепенно справляется с диверсификацией экономики: в 2015 году доход от экспорта оружия составил приблизительно 15 млрд долларов, а от продажи аграрной продукции – 20 млрд. Тем не менее, зависимость бюджета от экспорта сырья очевидна, а приостановление строительства

¹ <http://1eb.ru/bank/otozvannye-licenzii/559-banki-s-otozvannymi-licenziyami-v-2015-godu.html>

² <http://www.forbes.ru/mneniya/krizis/316097-plata-za-sanktsii-cto-delat-inostrannym-bankam-na-rossiiskom-rynke>

³ <https://lenta.ru/articles/2016/02/15/phantomdevaluation/>

«Южного потока», выход Ирана на нефтяной рынок и отказ основных партнеров России от продолжения сотрудничества в нефтяной и газовой сферах усугубляет сложившуюся ситуацию.⁴

«Для борьбы с дефицитом бюджета придется сочетать целый ряд мер: повышать собираемость налогов, сокращать несоциальные расходы и наращивать госдолг. Их придется использовать осторожно, учитывая мнение населения и бизнеса», — считает Юрий Кравченко из «Велес Капитал».⁵

Влияние экономических санкций на международный бизнес

Экономические санкции вызвали сложности в деятельности крупнейших иностранных компаний в России, поскольку в условиях невыгодного для потребителей курса обмена валют общий объем продаж уменьшается. Также важно отметить, что российские потребители постепенно отказываются от дорогих покупок или используют товары-субституты. Рейтинг 50 крупнейших иностранных компаний в России за 2014 год, представленный Forbes, наибольшее падения выручки произошло в иностранных компаниях в машиностроении и пивоваренном производстве. Таким образом, среди всех 50 крупнейших иностранных компаний в России Форд Соллерс Холдинг (Ford Motor) по отношению к 2013 году потерял 35% выручки, Джи Эм СНГ (General Motors)- 16%, Балтика (Carlsberg Group)- 5%.⁶

Уменьшение активности международных компаний на российском рынке и отсутствие иностранных инвестиций напрямую влияют на покупательскую способность населения. По мнению Антона Соничева, члена Экспертного совета по законодательству, банковской деятельности и аудиту Комитета Госдумы по финансовому рынку, иностранные инвестиции раньше были источником «длинных» и доступных денег на рынке. Иностранные инвестиции вызывали конкуренцию на рынке кредитных предложений, компании поднимали производительность труда, а себестоимость продукции сокращалась. В условиях санкций правительству необходимо создать другой источник доступной денежной массы на длительный временной промежуток, чтобы обеспечить рост промышленного производства. В качестве выхода из сложившегося положения европейскому бизнесу предложено переориентироваться с поставок готовой продукции в Россию на локализацию производств, что снизило бы себестоимость продукции и привело бы к развитию промышленности. Актуально то, что России необходимы технические товары из Европы, лекарственные препараты, не имеющие отечественных аналогов, и некоторые другие группы запрещенных к ввозу в РФ товаров. Для страны важно продолжать торговлю с Европейским союзом, несмотря на возникшую политэкономическую напряженность.

Рынок труда в условиях экономического кризиса

В связи с экономическим кризисом происходит увеличение инфляции, сокращение рабочих мест и сохраняется стабильно низкий уровень зарплат работников учреждений бюджетной сферы. Безработица является одним из негативных последствий спада экономики и в дальнейшем может обернуться увеличением преступности, нарастанием социальной напряженности и недоверием к правительству. Примечательно то, что в стране допустим уровень безработицы до 5%, так как он является естественным показателем и характеризуется наличием в обществе свободного населения, находящегося в поиске новой работы. Также это является стимулом для лучшей работы занятых, наличием сезонных безработных и следствием многих других факторов. При повышении уровня безработицы на 5% вероятно возникновение негативных последствий для всего общества, поэтому правительство тщательно следит за этим показателем.

Уровень безработицы в РФ рассчитывается по методике расчета безработицы, предложенной Международной Организацией Труда. К безработным, зарегистрированным в государственных учреждениях службы занятости населения, относятся трудоспособные гражда-

⁴ <http://government.ru/news/21765/>

⁵ <https://lenta.ru/articles/2016/02/15/phantomdevaluation/>

⁶ <http://www.forbes.ru/rating/50-krupneishikh-inostrannykh-kompanii-v-rossii/2015?full=1&table=1>

не, не имеющие работы и заработка (трудового дохода), проживающие на территории Российской Федерации, зарегистрированные в службе занятости по месту жительства в целях поиска подходящей работы, ищущие работу и готовые приступить к ней. Обучающиеся, студенты, пенсионеры и инвалиды также учитываются в качестве безработных, если они занимались поиском работы и были готовы приступить к ней. Данная методика не учитывает объемы скрытой безработицы, количество безработных, не обратившихся в службу занятости и долю занятого в экономике населения, которое получает зарплату, не соответствующую нормам проживания.

Работодатели пытаются избежать выплат уволенным сотрудникам зарплат за два месяца, что предусмотрено трудовым законодательством РФ. Для этого они переводят штат на неполную рабочую неделю, отправляют работников в бессрочные отпуска, эти и другие методы воздействия на сокращаемых сотрудников приводят к повышению уровня скрытой безработицы. С целью избежать налогообложения и выплаты больших пенсионных отчислений, используется метод «серой» заработной платы, когда зарплата сотрудникам выплачивается в конвертах. Некоторые работодатели используют нелегальный рабочий труд или не регистрируют сотрудников по правилам трудового кодекса, с целью избегания издержек и снижения себестоимости, производимых товаров или предлагаемых услуг и продукции.

В настоящий момент штраф за использование нелегальной рабочей силы для граждан составляет от 2 тыс. до 5 тыс. рублей, для юридических лиц - от 250 тыс. до 800 тыс. рублей.⁷ Данная денежная сумма не является достаточно серьезной причиной для пресечения нарушений законодательства, поэтому депутаты Государственной Думы периодически выступают с инициативами увеличения административной ответственности. Например, декларированные доходы маятниковых мигрантов в Московском регионе существенно меньше реальных. Общий объем их теневой зарплаты, по расчетам исследователей, составил 20-30 млрд рублей.⁸

В 2014 году в среднем за год, по данным ФГС, безработица достигла 5,2%, но уже за январь 2015 года в условиях санкций, экономического кризиса и сложной ситуации в стране, которая только ухудшается, уровень безработицы повысился до 5,5%. По данным федеральной службы государственной статистики в отчете «Социально-экономическое положение России» за январь 2015 года по итогам выборочного обследования населения по проблемам занятости, 4,2 млн. человек классифицировались как безработные (в соответствии с методологией Международной Организации Труда). В государственных учреждениях службы занятости населения в качестве безработных было зарегистрировано 0,9 млн. человек, в том числе 0,7 млн. человек получали пособие по безработице. Такие результаты свидетельствуют о том, что уровень безработицы увеличивается и государству нужно создавать новые рабочие места для трудоустройства незанятой части экономически активного населения. В 2016 году безработица составляет 6%, данный показатель не учитывает безработных, которые не обратились в службы занятости населения, а также долю населения, которая работает нелегально или получает крайне низкую заработную плату.

В региональном отношении наихудшая ситуация в республике Ингушетия — уровень безработицы там равен 29,9% в апреле 2015 года. В других Северо-Кавказских республиках, а также Калмыкии, Забайкальском крае, Севастополе, республике Тыва и в Ненецком АО уровень безработицы превысил 10%.

⁷ Кодекс об административных правонарушениях (ст 18.15 КоАП РФ 2016)

⁸ <https://iq.hse.ru/news/177668871.html>



Рис. 1. Уровень безработицы населения Российской Федерации по методологии МОТ, в % к численности рабочей силы

Существуют следующие причины, по которым в регионах высокий уровень безработицы: централизованная система управления в РФ, в связи с которой большая часть финансов уходит в федеральный бюджет и лишь малая доля на региональное развитие; низкий уровень развития инфраструктуры и низкие темпы создания рабочих мест. Это особенно актуально для республик Северного Кавказа с высокой долей молодежи в структуре населения (от 20,7 до 34,8% населения младше трудоспособного возраста), которой в скором времени потребуются рабочие места. А также для регионов Сибири и Дальнего Востока в связи с высокой удаленностью и недостаточным развитием коммуникаций между этими регионами и Центральным экономическим регионом России.

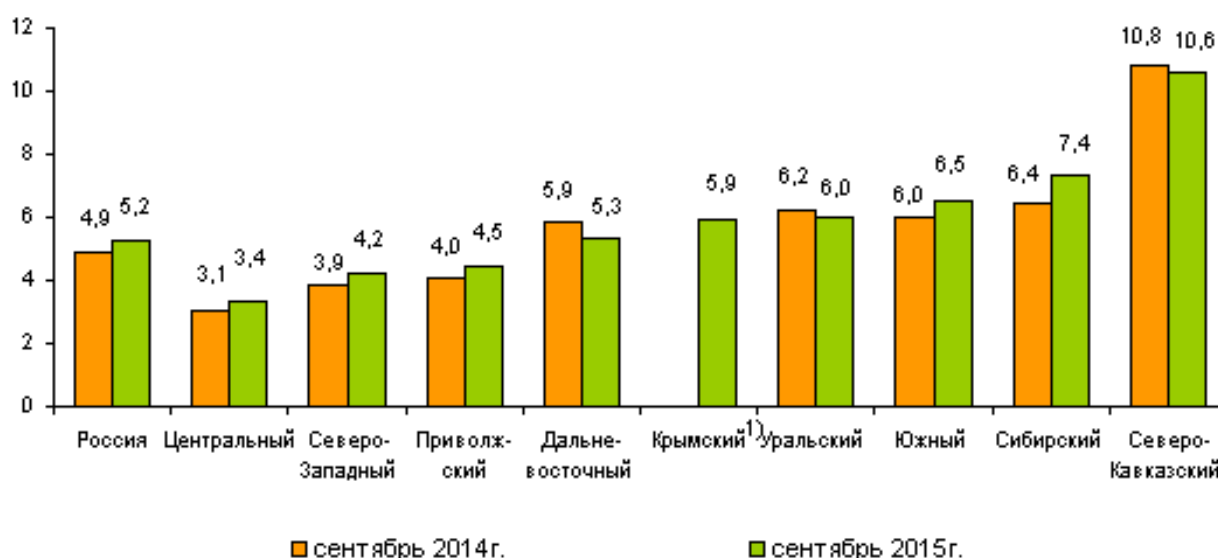


Рис. 2. Уровень безработицы по методологии МОТ, по федеральным округам (в % от численности экономически активного населения; без корректировки сезонных колебаний)

Миграционные процессы на рынке труда

Рынок труда в России характеризуется высоким уровнем миграции: в Россию приезжают на заработки граждане стран СНГ, ближнего зарубежья, развита миграция жителей регионов в Москву, Санкт-Петербург и другие города-миллионеры.

За последние два года в отношении внешней трудовой миграции произошли изменения. В связи ситуацией в России, девальвацией национальной валюты, сложностями с получением работы многие мигранты вернулись на родину. Во втором полугодии 2014 года Россию официально покинули более 620 000 граждан Узбекистана, Армении, Таджикистана и Молдавии. Общее количество новых трудовых мигрантов, по словам главы

ФМС Константина Ромодановского, снизилось на 8%. Что касается конкуренции мигрантов с местными жителями на рынке труда, по словам Никиты Мкртчяна, ведущего научного сотрудника Института демографии ВШЭ, в 70% случаев мигранты не конкурируют с россиянами, поскольку мигранты занимают низкооплачиваемую и трудоемкую работу.⁹

В поисках источника стабильного заработка существует активная внутренняя миграция россиян в Москву, Санкт-Петербург и другие города-миллионеры. Развита как общая урбанизация населения, так и маятниковая миграция жителей периферии и агломераций. Численность населения Московской агломерации в 2015 году составила 16,2 млн человек, что составляет 11% всего населения России, по данным Единого Инвестиционного Портала города Москвы. «Ежедневно около 1 млн жителей Подмосковья направляются на работу в Москву. При этом «районы выбытия» несут ущерб – теряют перспективные трудовые ресурсы, а контраст между уровнями жизни в центре и на периферии столичного региона растет». За счет маятниковой миграции миллионы жителей России обеспечивают себя и свою семью стабильным заработком, но при этом качество жизни и уровень развития регионов постоянно снижается. Таким образом, частному сектору экономики при поддержке Правительства РФ необходимо создавать новые качественные рабочие места в регионах, развивать политику поддержки регионов и импортозамещения.^{10 11}

В заключении необходимо подчеркнуть, что рынок труда в Российской Федерации во время экономического кризиса находится в процессе трансформации: сталкивается с проблемами переориентации производства, сокращения рабочих мест. Параллельно с негативными эффектами появляются новые возможности для развития бизнеса в связи с повышением конкурентоспособности российских компаний на национальном уровне, международном рынке. В настоящее время на рынке труда увеличился спрос на квалифицированную рабочую силу, которая обладает предприимчивостью и сможет повысить производительность труда.

⁹ <https://iq.hse.ru/news/177671226.html>

¹⁰ Соболевская О. В. «Маятниковая миграция снижает качество жизни в регионе»

¹¹ <http://investmoscow.ru/investment/economic-indicators/investment-in-moscow-is-profitable/the-attractiveness-of-the-market/>

СВЕТОВНАТА ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА И БЪЛГАРИЯ

Жанета Христова Асенова

Специалност "Международни икономически отношения", 4 курс
Стопанска академия "Димитър А. Ценов" – Свищов

Световната финансова криза, започнала през лятото на 2007 г. и наричана още Голямата рецесия, е най-голямата финансова криза след Голямата депресия от 30-те години на миналия век. Тя започна като ипотечна криза в САЩ, прерасна в ликвидна криза и криза на обезпеченията.

Сривът на фондовите борси доближи по мащаби този от Голямата депресия. От август 2007 до март 2009 г., който се приема за дъно на кризата, индексът S&P спадна с 50%. Банките отписаха като загуби 2.2 трилиона долара.¹

След като се наложи правителствата да предоставят безпрецедентни спасителни пакети и други стимули, бяха ударени публичния сектор и реалната икономика. Стигна се до ръст на безработицата и вторични ефекти, забавящи възстановяването. Само в САЩ заради големия дълг и бюджетни дефицити, експертите пресметнаха, че данъците ще се увеличат с 3 трилиона щ. д. за следващите 10 години.

В България кризата навлиза в началото на 2009 година, като първоначално влиянието ѝ е отричано от управляващото тогава правителство на Сергей Станишев Секторите, които първи са обхванати от нея, са пазарът на недвижими имоти и строителството. Кризата постепенно се задълбочава и обхваща всички сектори на стопанския живот през следващите години.

1. Причини за световната финансова-икономическа криза

Кризата започва през лятото на 2007г. като ограничена, на пръв поглед, ипотечна криза. Един западноевропейски министър на финансите я определи като криза, разгоряла се предимно в инвестиционните банки в САЩ поради редица грешки, допуснати от техните висши ръководства, в резултат на слаба регулация, липса на надзор и на алчен стремеж към бързи и високи печалби.

В сегашната сложна световна икономика с тясна взаимна зависимост между регионалните и националните икономики, е сложен и комплексът от причини за кризата. Този комплекс от причини включва:

- Бизнес циклите;
- Сляпата вяра в пазарна саморегулация;
- Отстраняването на държавата от участие в управлението на икономиката;
- Раздутите до степен на самообслужване финансови пазари;
- Фундаментални глобални диспропорции, особено между натрупване и потребление в различни части на света;
- Нелогични резки глобални колебания в цените на важни борсови стоки, особено на горивата и храните;
- Управленското финансово-икономическо поведение на правителствата на САЩ и на американските корпорации;
- Глобализацията.

Дълбоките причини се коренят в характера на системата. За система, която допуска и стимулира такива престъпления; робува на такава сляпа вяра в пазарната автоматична саморегулация; налага почти пълно оттегляне на държавата от регулация на икономиката и надзор над съответните институции, особено на финансовите пазари; допуска огромни многомерни дисбаланси (между свръхвисоко натрупване в Китай и други страни в източна Азия и свръхвисоко потребление в САЩ и някои западноевропейски страни) в световната иконо-

¹ Вж.: Световна криза <http://dnes.dir.bg/temite/tag/svetovnata-kriza-63160>

мика; с нищо неоправдано екстремално до абсурдност развитие за самозадоволяване на финансовия сектор.

2. Къде сме ние сега

Ако трябва да получим най-обща еднозначна представа за степента на нашето икономическо развитие в сравнение със световните стандарти и степента на уязвимост спрямо външни икономически шокове, можем да използваме показателя за конкурентоспособността. Той има по-висока технико-икономическа и социално-икономическа стойност от показателя БВП на човек от населението. По макроикономическа конкурентоспособност в класацията на Световния икономически форум за 2008-2009 г. сме на 76-то място от 134 обхванати страни и последни в ЕС.

Агрегираният показател за конкурентоспособност е изчислен на основата на 85 аналитични макро- и микроикономически показатели. По някои от микропоказателите, особено тези на фирмено равнище: качество на функциониране на фирмите, качество на фирменото управление, технологично равнище на производството, скорост на усвояване на новите технологии, квалификация на персонала, текучество на персонала и т.н. сме класирани между 100-то и 120-то място от общо 134 обхванати страни. Това е основание за много сериозна тревога.

Могат да се чуят изказвания на хора с пристрастно мислене, че непосредствено преди Втората световна война България е била между водещите европейски страни по своите икономически и социални показатели. Това не е вярно. Преди 100, преди 60 или преди 20 години България е била там, където е сега - последна или между последните в Европа по равнище на икономическо развитие. Ние сме се развивали, но същото са правели и другите европейски страни, дори по-добре от нас. В резултат на това дистанцията между нас и тях даже расте.

По основните икономически, технико-икономически, екологични и други показатели изоставаме с 40-50 години от развитите западноевропейски страни. Ако преди 20 години бяхме на приблизително еднакво равнище или леко изоставащи по основните икономически и други показатели от Полша, Словакия и Унгария и малко по-ниско или умерено изоставащи от Чехия и Словения, сега те са 10-15 години преди нас. Знанието за нашето място между страните членки на ЕС по редица важни икономически, социални, екологични, технико-икономически, технологични и други показатели е важно, за да разберем колко уязвима е нашата страна в сегашната световна икономическа криза и колко по-трудно ще ни бъде излизането от нея.²

По данни на Евростат за 2008 г.:

- БВП на човек от населението имаме 40,1% от равнището на ЕС-2 (Румъния 45,8%; Турция 45,5%).
- Конкурентоспособност по Лисабонската стратегия: България 27мо място, (Румъния 25то място, Полша 26то място).
- Производителност на труда 36,4% от равнището на ЕС-27 (Румъния 47,6%; Турция 63,9%).
- Бюджетен баланс: ЕС-27 дефицит 2,3% от БВП, България излишък 1,5% от БВП, (Румъния дефицит 5,4%, Турция дефицит 1,2% за 2007 г.).

3. Влияние на световната криза върху българската икономика

Кризата ни завари неподготвени, главно поради икономическата ни изостаналост и погрешната държавна политика през последните 20 години. Тази политика, под диктата на МВФ, поставяше ударението върху макрофинансовите показатели (ниска инфлация, бюджете-

² Вж: Иван Ангелов (Професор, член-кореспондент на БАН) -Световна икономика и България.
http://www.unwe.bg/uploads/Yearbook/Yearbook_2009_No1_I%20Angelov.pdf

тен излишък, ниска лихва, стабилен валутен курс, приемливо поведение на паричните агрегати на БНБ и т.н.) и пренебрегваше макро показателите на реалната икономика, а също и състоянието на микроикономиката.

Като малка страна със слабо развита и силно отворена икономика, България не можеше да остане изолирана от глобалната финансово-икономическа криза. Влиянието на кризата върху България до края на 2008 и началото на 2009 г. беше косвено и сравнително меко, особено върху финансовата система. Главна причина за това беше нашата изостаналост и слабата ни интеграция в световната финансова система. Кризата в САЩ и в Европа започна главно в инвестиционните банки. Такива банки у нас няма. Нашите са търговски банки от класическия европейски континентален тип, занимаващи се предимно с привличане на средства от физически и юридически лица и с кредитиране. Те прилагат предимно традиционни инструменти. Деловите преки връзки между нашите и американските банки и други небанкови институции винаги са били много слаби.

Влиянието на световната финансова криза върху банките работещи на българска територия¹ се изрази в ограничаване на постъпващия от чужбина кредитен ресурс, повишаване на лихвите, затягане на другите обезпечителни условия и силно ограничаване на обема на отпусканите кредити.

Мерките, които правителството и БНБ взеха за запазване стабилността на банките са общо взето правилни, макар и ограничени като набор и забавени във времето. Тези мерки отговарят на нашите реалности и държат сметка за договорените в рамките на ЕС програми за координирани действия. Засега банките осъществяват силно ограничена кредитна дейност. Расте предпазливостта и дори подозрителността в отношенията между търговските банки и между банките и заемоискателите. Това е нормално да се очаква в кризисна обстановка. А и спомените от 1996-1997 г. са още пресни.

Кризата в САЩ и Европа започна във финансовия сектор, но се пренесе и в реалния сектор и засегна най-развитите страни. Това личи и от последните ревизирани прогнози на МВФ, Световната банка, ОИСР и Европейската комисия. То е естествено, защото механизмите на финансовия сектор са предназначени да обслужват движението на стоковите потоци в реалния сектор. Разширяването на кризата в реалния сектор под формата на рецесия се превръща във важен блокиращ фактор и за самия финансов сектор. С това се обясняват и продължаващите резки колебания на капиталовите и валутните пазари и растящия, макар и бавно, дял на лошите кредити в портфейлите на търговските банки.

В най-общ вид влиянието на рецесията върху съставките на БВП и върху общия му размер е показано на фиг. 1.

Фиг. 1. Влияние на рецесията върху БВП



Пояснение: негативното влияние на кризата върху БВП и неговите съставки е показано на фигурата със сивите правоъгълници. Стимулиращата политика ограничава размера на пораженията от кризата и увеличава БВП, а рестриктивната политика увеличава размера им и свива още повече обема на БВП.

3.1. Брутен вътрешен продукт

Световната икономическа криза започна да влияе върху българската икономика още през 2008 г., особено през последните месеци на годината. Прирастът на БВП през първото тримесечие на 2008 г. беше 7,0%, през второто - 7,1%, през третото 6,8% и през четвъртото 3,5%. През последните 1-2 месеца на годината растежът е бил нулев, дори отрицателен. Прирастът на БВП за 2008 г. беше 6,0%, а на БДС 6,1%.

През първото тримесечие на 2009 г. по предварителни данни на НСИ БДС намалява с 2,8%, а БВП с 3,5%. Най-голям е спадът на БДС в индустрията с 12,4%, следвана от аграрния сектор с 4,8%, докато услугите продължават да нарастват с 2,5%. По елементи на крайното използване спадът на БВП се предопределя в най-голяма степен от рязкото намаление на вноса и износа и брутокапиталообразуването за основен капитал. Значителен е спадът и в крайното индивидуално потребление със 6,0%.

През второто тримесечие на 2009 г. пак по предварителни данни БДС намалява с 3,4%. Най-голям е спадът в индустрията с 9,8%, следвана от аграрния сектор със 6,4%, а услугите нарастват с 0,3%. БВП намалява през тримесечието с 4,8%. Най-много за това са допринесли намалението на вноса и износа съответно с 26,9% и 19,8%, брутокапиталообразуването за основен капитал с 13,9% и индивидуалното потребление с 8,2%.³

В резултат на всичко това БДС за полугодieto намалява с 3,1%. Най-голям е спадът в индустрията с 11,0% и в аграрния сектор със 6,0%, докато услугите нарастват с 1,3%. БВП намалява за полугодieto с 4,2%. Това се дължи главно на намалението на вноса и износа, на брутокапиталообразуването за основен капитал и индивидуалното потребление (виж таблица 1.).

Таблица 1. БВП за първо полугодие на 2009 г.
(предварителни данни)

Показатели	Стойност в текущи цени (млн. лв.)	Относит. дял в БДС %	Относит. дял в БВП %	Индекс към първо полугод. на 2008 г.=100 %
1. БДС по икономически сектори (2+3+4)	24713	100,0	83,0	96,9
2. Аграрен	1279	5,2	4,3	94,0
3. Индустрия	7364	29,8	24,7	89,0
4. Услуги	16070	65,0	54,0	101,3
5. Коректив	5075		17,0	91,1
6. БВП (1+5=7+10+13+16) по елементи на крайното използване	29788		100,0	95,8
7. Крайно потребление (8+9)	25634		86,0	94,2
8. Индивидуално	22829		76,6	92,8
9. Колективно	2805		9,4	106,6
10. Бруто капиталобразуване (11+12)	8400		28,2	
11. -В основен капитал	8238		27,7	86,0
12. -Изменение на запасите	162		0,5	
13. Външнотърговско салдо (14-15)	-4246		-14,2	
14. Износ на стоки и услуги	14520		48,8	81,8
15. Внос на стоки и услуги	18766		63,0	75,8
16. Статистическа разлика	0		0,0	

Източник: Интернет сайт на НСИ. Публикуван на 17 август 2009 г.

³ Вж: БВП по пазарни цени <http://www.nsi.bg/bg/content/11474/брутен-вътрешен-продукт-по-пазарни-цени>

3.2. Промишленост

Влиянието на световната криза върху българската промишленост също започна през 2008 г., особено през второто полугодие. БДС нарасна със 7,7% през първото тримесечие, със 7,2% през второто, с 2,1% през третото и намалява с 3,7% през четвъртото. Общо за 2008 г. индустриалната продукция нарасна с 3,0%.

Негативното влияние на световната криза върху индустрията се засили през първото тримесечие на 2009 година. БДС спадна с 12,4%. През март 2009 г. промишленото производство спадна със 16,9% в сравнение със същия месец на 2008 г., а в преработващата промишленост с 23,8%.

Спадът продължи и през второто тримесечие. БДС в промишлеността намалява с 9,8%, а общо за полугодията с 11,0%. През юни 2009 г. промишленото производство намалява с 18,7%, добивната промишленост с 32,6% и преработващата промишленост с 21,5% в сравнение със същия месец на 2008 година. Добивът на въглища намалява с 56,3%, а производството на някои подотрасли на преработващата промишленост с 35-40 и повече процента (виж таблица 2.).

Таблица 2. Индекси на промишленото производство за месец юни 2009 година
(предварителни данни)

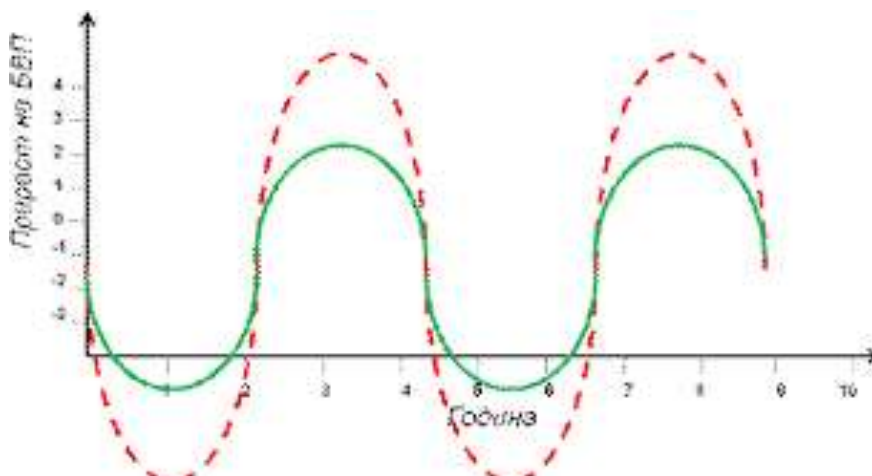
Икономически дейности	2005=100	Предходен месец=100	Юни 2008=100
Промишленост – общо	99,9	106,9	81,3
Добивна промишленост:	65,7	91,7	67,4
-Добив на въглища	48,4	66,6	43,7
-Добив на метални руди	80,8	105,1	95,1
-Добив на неметални материали и суровини	88,8	101,2	63,4
Преработваща промишленост:	102,4	106,9	78,5
-Производство на хранителни продукти	116,7	109,8	94,4
-Производство на напитки	118,2	106,6	72,0
-Производство на тютюневи изделия	111,7	87,4	85,7
-Производство на текстил и изделия от текстил, без облекло	76,4	104,3	64,1
-Производство на облекло	78,4	113,0	76,5
-Обработка на кожи; производство на изделия от обработени кожи без косъм	79,9	106,2	72,2
-Производство на дървен материал и изделия от него, без мебели	77,5	119,2	60,9
-Производство на хартия и картон и изделия от тях	66,9	91,1	58,8
-Печатна дейност и възпроизвеждане на записани носители	168,3	142,4	153,1
-Производство на химични продукти	80,9	136,1	58,2
-Производство на лекарствени вещества и продукти	81,1	114,4	66,4
-Производство на изделия от каучук и пластмаси	118,4	116,8	87,4
-Производство на изделия от други неметални минерални суровини	99,0	102,0	61,2
-Производство на основни метали	94,6	97,1	75,6
-Производство на метални изделия, без машини и оборудване	86,2	110,7	63,2
-Производство на компютърна техника, електронни и оптични продукти	93,6	97,9	90,0

Икономически дейности	2005=100	Предходен месец=100	Юни 2008=100
-Производство на електрически съоръжения	125,6	112,6	74,7
-Производство на машини и оборудване с общо и специално предназначение	111,6	124,8	77,2
-Производство на автомобили, ремаркета и полуремаркета	120,4	112,5	80,6
-Производство на превозни средства, без автомобили	103,4	80,5	57,7
-Производство на мебели	91,7	98,8	59,6
-Производство на некласифицирано другаде	181,0	121,2	120,3
-Ремонт и инсталиране на машини и оборудване	82,5	88,0	59,2
-Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и газ	103,8	111,6	96,5

Източник: Интернет сайт на НСИ. Публикуван на 10 август 2009 г.

Антицикличната политикана двете школи може да се представи в следната опростена графика (виж фиг. 2):

Фиг. 2. Либерална и кейнсианска антициклична политика



Легенда: прекъснатата линия – либерална, непрекъснатата – кейнсианска

Пунктирната линия е най-общ вид на кривата на производството (заетостта, доходите) в нормални кризисни години без активна държавна регулация, с изключение на умерена намеса в най-остри кризисни ситуации. Тя може да бъде наречена **крива на бизнес циклите на либерална територия и практика**. Тази крива показва дълбоки спадове, включително рецесии и депресии (силно охлаждане на икономиката) и високи темпове на растеж (силно прегряване на икономиката) в години на интензивно развитие.

Непрекъснатата линия показва смекчените колебания на производството (заетостта, доходите) при активна антициклична политика в нормални кризисни години. С тази намеса на държавата спадовете не са толкова дълбоки и понякога дори могат да се избегнат рецесии. Така обществото губи далеч по-малко потенциална продукция, заетост и доходи. При такава политика върховете на стопанската активност са по-изгладени и се избягва прегряване на икономиката. Дъглата на стопанска активност също са по-изгладени и се избягват дълбоки рецесии в икономиката. Тя може да бъде наречена **крива на бизнес циклите на кейнсианската теория и практика**. Тази антициклична политика не премахва бизнес циклите, но ги смекчава и избягва икономически и други екстремални ситуации с тежки последици.

Такава стимулираща политика следва да провежда и България. Правилно е да се съкращават неоправдани бюджетни разходи. Това обаче не бива да се прави поголовно с 15% за почти всички министерства, в допълнение на задържаните 10% при утвърждаването на бюджета миналата година. При тези съкращения трябва да се държи сметка за характера на кризата. С оглед на това не е правилно да се съкращават държавни разходи, чието отсъствие води до още по-голямо свиване на вътрешното търсене или застрашава здравето на хиляди хора. Оправдано е съкращаването на някои капиталови разходи и разходи за суровини, материали, химикали, потребителски стоки и услуги от внос.

Изводът е ясен при криза на ограничено търсене е необходима разумно стимулираща, а не сляпо рестриктивна бюджетна политика. Умереният и рационален бюджетен дефицит до 3% от БВП е едно от средствата за по-скорошно излизане от кризата. Досегашните мерки на новото правителство за поголовно съкращаване на разходите по бюджета за 2009 г. и намеренията да се продължи дори с още по-рестриктивна политика през следващите години ще затруднят излизането на България от кризата, защото ще потискат допълнително и без това свитото търсене.

Източници

1. Иван Ангелов (Професор, член-кореспондент на БАН) -Световна икономика и България. http://www.unwe.bg/uploads/Yearbook/Yearbook_2009_No1_I%20Angelov.pdf
2. БВП по пазарни цени <http://www.nsi.bg/bg/content/11474/брутен-вътрешен-продукт-по-пазарни-цени>
3. Световна криза <http://dnes.dir.bg/temite/tag/svetovnata-kriza-63160>

ТЕМАТИЧНО НАПРАВЛЕНИЕ

МЕЖДУНАРОДНИ ИНВЕСТИЦИИ



СЛИВАНИЯТА И ПРИДОБИВАНИЯТА КАТО ФОРМА НА ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ

Катя Петрова Костова

Специалност "Международни икономически отношения", 4 курс

Стопанска академия "Димитър А. Ценов" – Свищов

I. Същност на сливанията и придобиванията

Сливанията и придобиванията са широко дискутирани и анализирани практики в международната дейност. Актуалността и приложението им е неминуемо, а дефинициите за тях са множество на брой.

- Сливането е обединяване на правата и задълженията на две или повече компании в съществуваща компания или образуването на нова такава.
- Сливането е обединяване на няколко фирми, в резултат на което една от тях оцелява, а останалите се отричат от своята самостоятелност и престават да съществуват.
- Поглъщането е прекратяване на дейността на една или повече компании с предаване на собствеността и контрола на придобиващата компания. За разлика от сливането придобиването не винаги води до обединяване на компании. След поглъщането е възможно двете организации да продължат да функционират като отделни.

II. Видове сливания

В зависимост от предмета на дейност:

- Хоризонтални са сливанията между компании от един и същ отрасъл. Производител на автомобил се обединява с друг такъв. Те се осъществяват между конкурентни компании с еднакъв или сроден предмет на дейност. Възможност за обединяване на ресурси, придобиване на по силни пазарни позиции, концентрация на капитали и активи, научно-изследователска дейност, икономии от мащаба и др. Такъв тип С и П се наблюдават в автомобилостроенето, фармацевцията, леката промишленост, като целта е да се създаде гигант, който да ограничи конкуренцията.

- Вертикалните сливания се осъществяват между компании с допълващи се дейности, като целят разширяване на производствената си гама и клиентската си база. Предприятие за автомобилни седалки се обединява със предприятие за тапицерии. Придобива се фирма-доставчик или фирма-потребител, като по този начин се обезпечават каналите за доставка на суровини или за реализация на продукцията, снижава се търговският риск, транспортните и транзакционните разходи. Тези сливания са били най-популярни в света през 20-те години на 20 век. У нас вертикални сливания са се направили масово в земеделието като са се интегрирали земеделски предприятия с предприятия от консервната промишленост, текстилни предприятия и др.

- Конгломератните сливания са между компании с разнороден предмет на дейност, без връзка помежду си, и оперират в различни икономически области. Автомобилна компания и такава за перилни препарати.

- Концентрични сливания- цели се предлагане на допълващи се продукти и ноу- хау сливане на автомобилна и застрахователна компания.

- Сливания с цел разширяване на продуктовата линия

- Сливания с цел разширяване на пазара- придобиването на допълнителни канали за реализиране на продукцията.

Според вида на сделката:

Придобиване или сливане

В зависимост от целите, начинът и отношението. на компаниите към сливането или придобиването то може да бъде:

- **Враждебно-агресивно** - предлага се изкупуването на 95 – 100 % от акциите на акционерите. В този случай ръководствата и съветът на директорът на придобиваната организация не са съгласни, но акционерите им приветстват предложенията.

- **Дружествено (приятелско)** - тук и акционери и мениджъри са съгласни то е стратегическо поглъщане намерени са сходства и бъдеща изгода.¹

III. Темпове на развитие на сливанията и придобиванията

2015 година се оказва рекордна за пазара на сливанията и придобиванията-4,6 трилиона долара. По данни на компанията за проучвания “Дийлоджик” (Dealogic) само за първото полугодие по света са сключени сделки на стойност 2,28 трилиона долара, което представлява ръст от близо 37% спрямо същия период на 2014 г.

Предишният бум на С и П е бил през 2007 година-4,3 трилиона долара, точно преди началото на финансовата криза. (Графика.1)



Графика 1. Стойност на сделките по сливания и придобивания в световен мащаб (трлн. долари)²

До първото полугодие на 2016 г. най-активни са американските играчи, които придобиват активи за над 1 трилион долара. Най-атрактивни са секторите технологии и здравеопазване. Европа е най-привлекателният регион за инвеститорите от САЩ, като 79% от сделките извън САЩ са в Европа. До юли 2015 г., компании от САЩ са придобили Европейски компании за близо 125 млрд. долара, което е сумата за цялата 2014 г. Трите най-предпочитани държави са Швейцария, Великобритания и Франция.

Развиващите се страни също показват активност, като сред тях най-силно се откроява Китай. Въпреки добрите кредитни условия и високите печалби на компаниите в Европа валутните рискове отслабват интереса на инвеститорите от региона за участия в С и П.

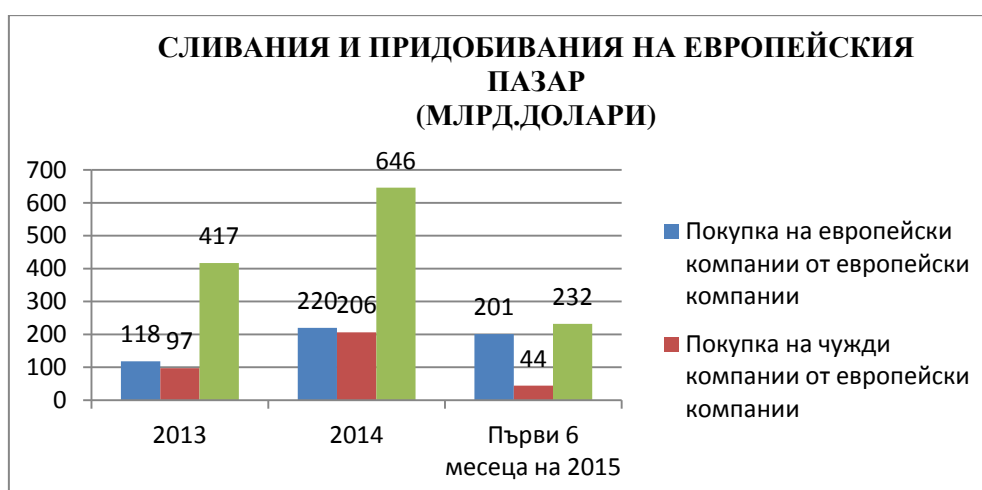
В Европа не може да се говори за бум на С и П. Обезценката на еврото спрямо долара и други основни валути оскъпява цените на компаниите извън континента. За чуждите инвеститори обаче европейските фирми са атрактивни таргети. За първата половина на 2015 г. са придобити европейски компании на стойност над 201 млрд. долара, което е близо до сумата за цялата 2014 г. (Графика 2)

Нова тенденция на пазара на С и П е агресивното присъствие на компании от развиващите се страни като купувачи на обекти от държави членки на Г-7 (Великобритания, Германия, Италия, Франция, Канада, САЩ и Япония). За първи път тенденцията се обръща през 2014 г., когато повече компании от развиващите се държави придобиват активи за 44,6 млрд. долара в страните от групата, отколкото те – на развиващите се пазари - 36,5 млрд. долара, по данни на Deloitte. До средата на 2015 тенденцията се задържа. Най-големите ку-

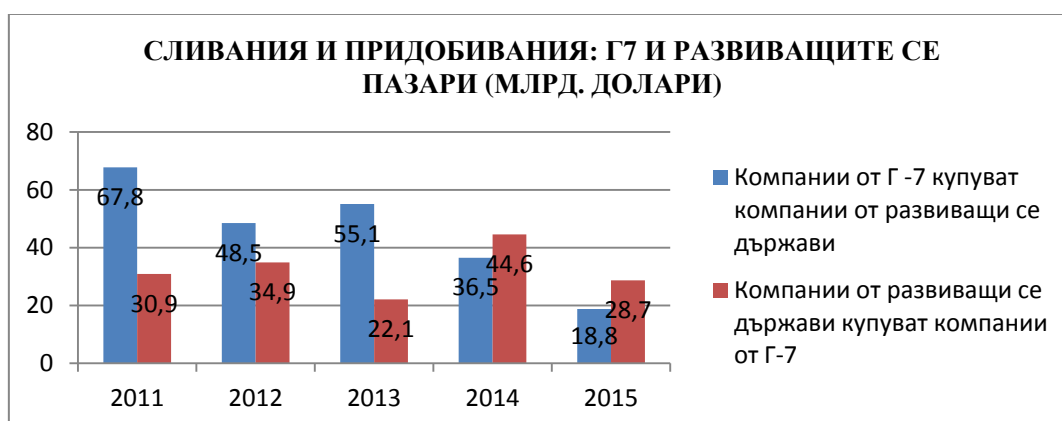
¹ **Иванова, Виржиния.** Сливанията и поглъщанията в международния бизнес / Виржиния Иванова. - Варна: Варненски свободен университет “Черноризец Храбър” Университетско издание, 2012. 11 с., 32-33 с.

² **Източник: JP Morgan, Dealogic, IMF; Василев. Даниел, ECON.bg, 2015**

пувачи от развиващите се страни са китайците, но все по-активни стават индийци, мексиканци и турци. (Графика 3)



Графика 2. Сливания и придобивания на европейския пазар (млрд. долари)³



Графика 3. Сливания и придобивания: Г7 и развиващите се страни (млрд. долари)

Много анализатори обясняват високия обем на С и П от китайски компании с бума на първични публични предлагания на този пазар. Все повече фирми използват средствата, събрани от предлагането на нови свои акции на пазара, за да купуват други.

IV. По-големите С и П през 2015 г.

Някои от най-големите сделки за 2015 са:

Таблица 1. Част от сделките по С и П за 2015г.

Купувач	Цел	Стойност на сделката (млрд. долари)
AB InBev	SabMiller	106
SHELL	BG GROUP	82
CHARTER	TIME WARNER	79.25
DELL	EMC	67
HEINZ	KRAFT FOODS	45.9
ANTHEM	CIGHA	50.38
TEVA Pharmaceuticals	ALLRAN	40.5

Със сливането си двете най-големи пивоварни компании в света (Ab InBev и SabMiller) ще контролират 1/3-та от световното производство на бира.

³ Източник: Deloitte по данни на Thomson One Banker

През април 2015 петролният гигант Royal Dutch Shell обявява, че ще купи малкият си британски конкурент Bg group в сделка за 82 млрд. долара заедно с дълга му. Така Shell ще се превърне в най-голямата компания в света за добив на втечен природен газ. Със сделката се очаква оптимизация на разходите в размер на 2,5 млрд. долара до 2018 г.⁴

Втория по големина кабелен оператор в САЩ-Charter придобива третият по големина Time Warner.

Една от най-големите технологични сделки в историята е придобиването на IT компанията за съхранение на данни EMC от Dell.

Обединяването на Kraft Foods със Heinz създава третата най-голяма компания за храни и напитки в Северна Америка.

Втората по големина здравна застрахователна компания в САЩ-Anthem придобива своя по-малък конкурент.

Израелският производител на лекарства - Anthem придобива фармацевтичната Allrgan.⁵

V. Технологични сливания които не са се случили за добро или за лошо

През 2005 г., когато Facebook е едва на година съоснователят и главен изпълнителен директор Марк Зъкърберг предлага да продаде социалната мрежа на MySpace за 75 милиона долара. Главният изпълнителен директор на MySpace-Крис Деволф отказва сделката. Година по-късно Зъкърберг опитва отново да му я продаде като добавя една нула 750 милиона долара, Деволф отново отказва. В момента Facebook струва 274 милиарда долара, а MySpace е в небитието.

През 2013 г. Facebook предлага 3 млрд. долара за Snapchat. Съоснователят и главен изпълнителен директор Еван Спигел отхвърля предложението определяйки го като "краткосрочна печалба". Оказва се, че това е добър ход, защото днес Snapchat се оценява на 16 млрд. долара.

През 2008 г. Microsoft предлага 44,6 млрд. долара за Yahoo. Офертата е отхвърлена но това се оказва грешно решение тъй като стойността на Yahoo днес е 43 млрд. долара.

През 2008 г. Facebook предлага 500 милиона долара за Twitter. Микроблокът отказва да се продаде и с право, защото днес се оценява на около 23 милиарда долара.

През 2008 г. Google предлага 200 млн. долара за Digg. Сделката е отхвърлена но се оказва грешка, тъй като през 2012 Betaworks купува Digg само за 500 хиляди долара.

През 2014 приложението WhatsApp получава оферта на стойност 10 млрд. долара от Google. Предложението е отхвърлено, а след това WhatsApp е закупена от Facebook за 19 млрд. долара.

Самата Google се опитва да се продаде през 1999 година на Excite за 750 хиляди долара, но Excite отхвърлят офертата. Днес Google се оценява на 367 милиарда долара.⁶

VI. Основни фактори и мотиви, които стимулират сливанията и придобиванията

Интернационализация – основните фактори за извършване на сливанията и придобиванията са свързани с целите на обединяващите се компании, както и с мотивите на участващите страни. Каквото и да произведе пазара в един момент се насища и се налага да се излезе на международния пазар в следствие на което се разширява дейността обслужват се чуждестранни клиенти.

Икономии от мащаба

Хоризонтална интеграция дава възможност за обединяване на ресурсите и придобиване на по-силни пазарни позиции при което се сливат конкуренти опериращи в един отрасъл

⁴ Бойчинова, Мария. Бум на сливанията и придобиванията / Мария Бойчинова // Мениджър. - София, 2015, № 7, с. 118-120

⁵ Profit.bg. Топ 10 на най-големите сливания и придобивания през 2015, 2015

⁶ Profit.bg. 15 изненадващи технологични сливания които не се случиха, 2015

Високата концентрация в една индустрия води до увеличаване на печалбата
С вертикалните сливания се елиминират разходите по отделните транзакции, защото фирмите оперират близо една до друга.

Технологични предимства, когато компанията не притежава собствени разработки в съответната област.

Готова информация на местния пазар

Разпределяне на риска и разходите

Причината за увеличаване на С и П-ята се корени в засилващата се либерализация на стоковите и капиталовите пазари и регионалната интеграция. Тези процеси стимулират конкуренцията, което пък води до търсене на начини за “оцеляване” в силно конкурентна среда.

Мотив за поглъщане може да е намаляване на данъците.

Днес, стремежът от първите години след финансовата криза- да се избягват рисковете и да се свеждат до минимум инвестициите се заменя с увереност, че ръстът на бизнеса може да се постигне по-лесно чрез сливания и поглъщания отколкото с градеж.⁷

⁷ **Иванова**, *Виржиния*. Сливанията и поглъщанията в международния бизнес / *Виржиния Иванова*. - Варна: Варненски свободен университет “Черноризец Храбър” Университетско издание, 2012.11

РОЛЯТА НА ДЪРЖАВАТА ЗА ПРИВЛИЧАНЕ НА ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ

Павлин Петков Христов

Специалност "Международни икономически отношения", 4 курс

Стопанска академия "Димитър А. Ценов" – Свищов

Въведение

Наличието на фискална и икономическа стабилност на макро ниво са абсолютно необходимо условие за привличане на инвестиции и укрепване доверието на инвеститорите. Всеки инвестиционен план се гради на базата на някаква предвидимост и очаквания за определена възвращаемост, а подобно планиране може да се прави само в условията на стабилност. Провежданата от правителството политика трябва да бъде насочена и към осигуряването на условия за постигане на икономически ръст.

Един от механизмите за привличане на чуждестранни инвеститори е благоприятната данъчна политика у нас. В условията на криза България продължи да прилага най-ниските данъчни ставки в Европа - 10% корпоративен данък, 10% данък върху личните доходи, 5% данък върху дивидентите.

1. Ролята на еврофондовете

Въпреки, че замисълът на еврофондовете е да подпомогнат икономическото развитие на държавите – членки на Европейския съюз, то те играят по-скоро отрицателна роля за развитието на България. Причината за това, е че те се превръщат, в основен източник на корупционни практики в страната. Основният проблем е, че правителството и местните органи на властта, вместо да създават условия за икономическо развитие на регионите, които управляват, чрез разпределителната роля на държавата те се стремят да привлекат тези фондове и да ги насочат към определени, избрани от тях, области.

По този начин основната дейност на държавните институции се съсредоточава върху това как тези средства да бъдат привлечени и как да бъдат инвестирани. Така се обръща прекалено малко внимание на подобряването на икономическата среда в страната. Именно поради тази причина ние виждаме, че навсякъде има проблеми с тези средства.

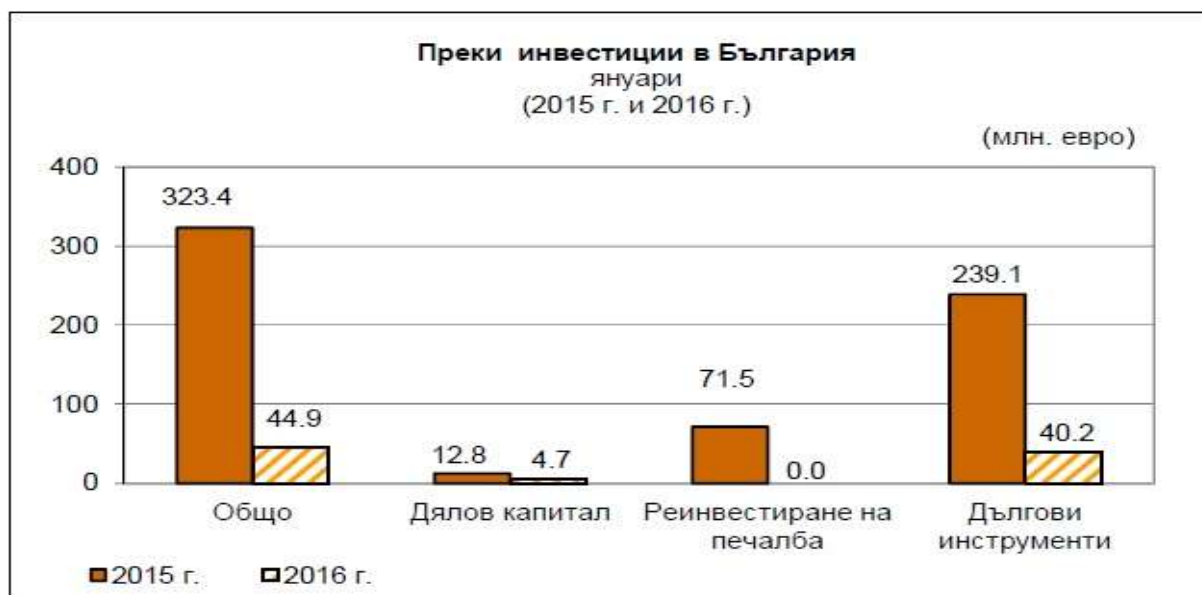
Особено на местно равнище проблемът с европейските фондове е много сложен. Те се използват от кметовете за тяхно лично благо. Получава се така, че местната власт изземва икономическата активност от местната общност в своя полза. На много места тези фондове се усвояват от фирми, близки до местната власт, създават се монополни структури, близки до кмета. Чрез тези монополни структури кметът не само отнема възможността на местното население да се развива и да се създава конкуренция, но това е и добра стратегия той да гарантира собственото си преизбиране и всичко започва да се върти в един омагьосан кръг.

Очевидно е, че този проблем е перманентен. Много е важно да се създадат условия чрез облекчаване на регистрационните и лицензионните режими в страната, които да подпомогнат развитието на бизнеса. Една от основните мерки е и реформата в съдебната система, което всъщност е в основата на привличане на чуждестранни инвестиции.

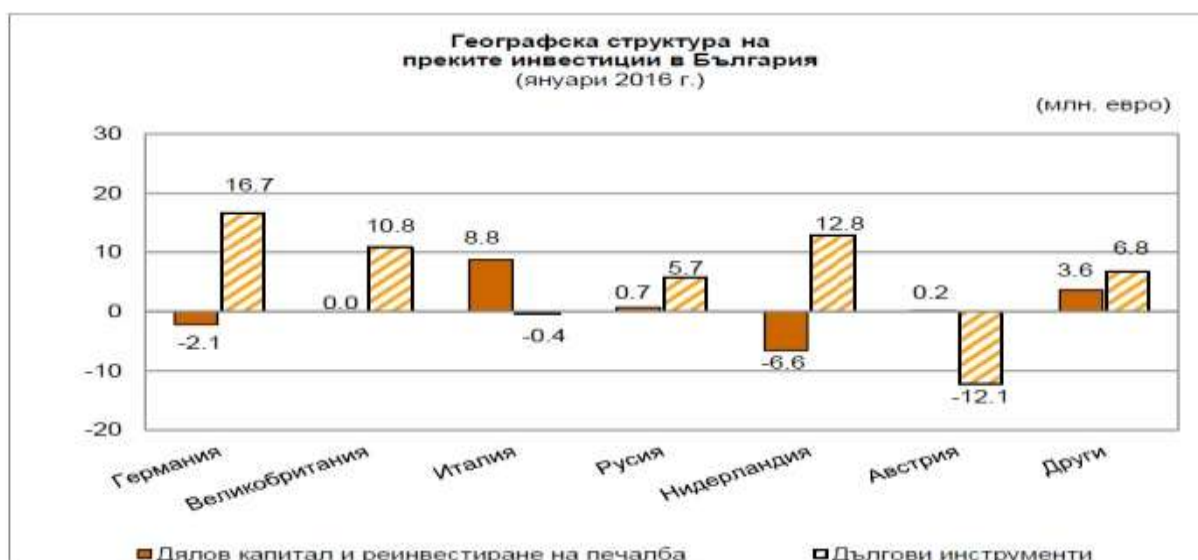
2. Преки инвестиции за 2016 г.

По предварителни данни Преките инвестиции в страната за януари 2016 г., отчетени съгласно принципа на първоначалната посока на инвестицията, възлизат на 44.9 млн. евро (0.1% от БВП, като са по-ниски с 278.5 млн. евро (86.1%) спрямо януари 2015 г. (323.4 млн. евро, 0.7% от БВП).

Дяловият капитал (преведени/изтеглени парични и апортни вноски на нерезиденти в/от капитала и резервите на български дружества, както и постъпления/плащания по сделки с недвижими имоти в страната) възлиза на 4.7 млн. евро за януари 2016 г. Той е по-нисък с 8.1 млн. евро (63.2%) от дяловия капитал, привлечен през януари 2015 г. (12.8 млн. евро).



Графика 1. Преки инвестиции в страната 2015 г. – 2016 г.



Графика 2. Географска структура на преките инвестиции в България (м. януари – 2016 г.)

Постъпленията от инвестиции на чуждестранни лица в недвижими имоти са 2.4 млн. евро, при 2.9 млн. евро за януари 2015 г. По страни, най-голям дял в инвестициите в недвижими имоти имат Русия – 0.7 млн. евро (31% от общия размер за януари 2016 г.) и Германия – 0.5 млн. евро (20.6%). Най-големите преки инвестиции в страната за януари 2016 г. са от Германия (14.5 млн. евро) и Великобритания (10.8 млн. евро).

3. От какво зависи рискът да инвестираш в една държава спрямо друга?

1. Политически риск – вероятност за политически сътресения и нестабилност. Оценяват се предпоставките за интервенции на правителствата в частния сектор.

2. Правна система и сигурност – колкото по-ефективна и успешна е правната система и сигурността в страната, толкова по-нисък е риска. Ако един инвеститор се страхува за активите, в които ще инвестира, той непременно ще иска да “избие” по-бързо направените капиталовложения.

3. Етническа стабилност – при висока етническа нестабилност се повишават възможностите за граждански неподчинения и дори войни. Това определено ще се отрази върху икономическата конюнктура, както и в риска за опазването на активите.

4. Валутен риск – възможностите за резки обезценки на местната валута. Може да

бъде разглеждана и в положителна и в отрицателна гледна точка, в зависимост от това за къде е предназначен продукта. При експортно ориентиран продукт, обезценката на валутата, ще обезцени разходите за заплати.

5. Всички ние (хората) – Когато някой чуждестранен бизнесмен пристигне в България и още на летището се опитат да го излъжат шофьорите на таксите. Нормално е този човек, да не остане с особено приятни чувства. Когато някой местен се подиграва с чужденец по каквато и да е причина, той също не би си тръгнал с добри чувства. Тези двамата, когато бъдат запитани в различни анкетни проучвания и бизнес срещи, какви са условията за инвестиции в България, едва ли ще забравят неприятните чувства от местното население. Не случайно има приказка – Каквато държавата, такива и хората, както и обратното.

4. Заключение

Чуждестранните инвеститори се интересуват от няколко неща: вътрешен пазар на продукта, външен пазар на продукта, наличие на нужен човешки ресурс, очаквана възвращаемост и риск.

Очевидно е, че вътрешния и външния пазар на продукта са трудно контролируеми от нас. Наличие на свободен човешки ресурс съществува, тъй като секторите, които се развиваха на гърба на кредитирането и обричаха България на много сериозни проблеми в бъдеще, се свиха силно след кризата. Очакваната възвращаемост на даден проект е свързана с евтината работна ръка, което е плюс в привличането на инвестиции. От друга страна, рискът е нещо, което е контролируемо от държавата – това сме ние. Ние трябва да изискваме и да се борим за по-добра правна система и за добро отношение към всички чужденци. Само тогава, проект със сравнително ниска възвращаемост, ще бъде приет за изпълнение/инвестиране. В противен случай, с високата рискова премия ще бъде отхвърлен.

Много хора, могат да кажат, че чужденците по този начин, ще печелят на гърба ни чрез евтината работна и донякъде са прави, но чужденците ще ни дадат “ноу-хау” и информация, а тя е най-ценния ресурс в съвременното ни. “Внесеното ноу-хау” би дало възможност на местни предприемачи с обучени кадри в чужди компании, да направят конкурентна инвестиция. Това се случва в развиващите се и произвеждащи икономики – Китай, Индия, Корея и т.н. Смятам, че това е възможно да се случи и тук.

Източници:

<http://bnb.bg/ResearchAndPublications/PubPeriodical/PubStatisticalPublications/PubSPDirectInvestments/index.htm>

1. <http://www.mi.government.bg/bg/interviews-type-detail-339-.html>

2. <http://www.zadkulisite.com/post-1771>

3. <http://www.investor.bg/obuchenie/119/a/kak-prekite-chujdestranni-investicii-vliiaiat-vyrhu-proizvoditelnostta-152459/>

4. http://ime.bg/pr_bg/253-2.htm

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИХ ПРИВЛЕЧЕНИЯ

Гаяне Арменовна Геворгян
Факультет “Международные отношения”, 3 курс
Российско-Армянский (Славянский) университет
студент по програма “Еразъм +” за летен семестър 2015/2016 г.
в Стопанска академия “Димитър А. Ценов” - Свищов

Привлечение иностранных инвестиций - одно из приоритетных направлений каждого государства. Инвестиционная политика каждого субъекта международных отношений ориентирована на создание благоприятной бизнес среды для активизации инвестиционного потенциала. В частности, государство принимает меры для обеспечения прозрачности в регулируемой сфере, для увеличения прибыльности и минимизации рисков с целью достижения стабильного социального и экономического развития, повышения жизненного уровня населения. Вместе с процессами глобализации в мировой экономике возрастает и роль иностранных инвестиций. Существенные объемы инвестирования оказывают большое влияние на общественное производство и занятость, приводят к структурным сдвигам в экономике, к развитию отраслей и сфер хозяйства. Сегодня ни одно государство не может развиваться без постоянного притока иностранного капитала.

[И так, инвестиции – это вложения материального и нематериального капитала в объекты предпринимательской или иной деятельности с целью умножения вложенного капитала и получения прибыли.]¹[Наиболее полное понятие инвестициям дают Лозовской Л.Ш., Стародубцева Е.Б. – «долгосрочные вложения государственного или частного капитала в собственной стране или за рубежом с целью получения дохода в предприятие различных отраслей, предпринимательские проекты, социально-экономические программы, инновационные проекты. Дают отдачу через значительный срок после вложения»].² Рассмотрим основные виды инвестиций: внешние (иностранные) и внутренние (отечественные) инвестиции.

Внутренние инвестиции подразделяются на:

а) финансовые инвестиции, которые представляют собой вложения средств в финансовые инструменты в виде приобретений акций, облигаций и других ценных бумаг, вложение денег на депозитные счета в банках под проценты и др.;

б) реальные инвестиции (капитальные вложения) – это долгосрочное вложение денег в капитальное строительство, расширение и развитие производства; Они предназначены для осуществления вложений в действующих предприятиях с целью улучшения их функционирования и продуктивности, направлены на создание новых, более оснащенных и соответствующих современным требованиям предприятий. В этом случае предприятие-инвестор, вкладывая средства, увеличивает свой производственный капитал — основные производственные фонды и необходимые для их функционирования оборотные средства.

в) интеллектуальные инвестиции - подготовка специалистов, передача опыта, лицензий, “ноу-хау”³. Полагаю, что сегодня инвесторам очень выгодно вкладывать финансовые средства в инновационные компании, которые разрабатывают и предлагают всему миру новые технологии, ранее просто не существовавшие. Однако не надо забывать и о рисках, связанных с трудностями внедрения этих же технологий в повседневную жизнь.

Внешние инвестиции делятся на:

- прямые, предполагающие полный контроль инвестором деятельности иностранного предприятия. В отличие от портфельных, инвесторы получают значимую долю в пред-

¹ http://forexaw.com.Economic_terms_and_concepts/Exchange_Terminology

² <http://www.studfiles.ru/preview/5922581/>

³ в международных экономических отношениях: договор, лицензионное соглашение о передаче технических знаний, опыта, навыков, необходимых для производства той или иной технологии

приятии и право участвовать в управлении бизнесом, например, через направление своего представителя в совет директоров. *Прямые инвестиции*, осуществляются различными путями. В одних случаях компании или банки создают филиалы за границей, строят там свои предприятия, образуют специальные компании. В других случаях владелец капитала приобретает контрольный пакет акций иностранной компании, составляющий, как правило, 25% или более ее акционерного капитала.

- портфельные, обеспечивающие инвестору право на получение лишь дивидендов на приобретенные акции зарубежных предприятий. Они представляют собой такие вложения в ценные бумаги иностранных фирм, которые либо слишком малы, либо так разделены между держателями, что не могут дать экспортеру капитала контроль над этими фирмами.

По источникам происхождения выделяют следующие виды инвестиций:

- Зарубежные инвестиции – вкладываемые иностранными инвесторами, другими странами, иностранными компаниями, предпринимателями, международными банками
- Государственные инвестиции – выделяемые из средств государственного бюджета
- Частные – образуемые из средств частных, корпоративных предприятий и организаций, граждан, включая как собственные, так и привлеченные средства

Говоря об инвестициях, очень важно отметить и основные факторы, способствующие и, в целом, обеспечивающие привлекательность государства в плане притока иностранного капитала.

На первом месте для инвестора, в качестве определяющего фактора, является именно политическая и экономическая стабильность государства, которая включает существование стабильного хозяйственного законодательства; наличие механизма соблюдения законов и контрактов; гарантий защиты собственности инвестора; а также распространенность организованной преступности и коррупции. Под политической стабильностью можно понимать минимальную вероятность государственных переворотов, военных действий на территории этого государства и т.д. Помимо этого существенную роль играет геополитическое положение данного государства и природные ресурсы, из-за которых очень часто целые регионы становятся ареной противостояния между ведущими игроками международных отношений.

На втором месте выдвигается стабильность национальной валюты, в том числе и уровень инфляции, возможность ее превращения в свободную конвертируемую валюту, допустимость вывоза полученных доходов и прибылей в процессе производственной деятельности в другие страны, соответствие требованиям международных стандартов.

На третьем месте - наличие рабочей силы, ее качество, квалификация и дисциплинированность, а также уровень оплаты. Сочетание этих характеристик рабочей силы с низкими затратами на ее использование позволяет создать конкурентоспособную продукцию на основе современных технологий. Среди вышеуказанных факторов я бы особо выделила именно наличие рабочей силы и низкий уровень заработной платы, отчего, в принципе, выигрывает и инвестор, и в итоге государство, куда поступают эти вложения. Ярким примером этого является Китай, который, в результате иностранных вливаний, способствующих росту экономического потенциала, сегодня бросает вызов Соединенным Штатам.

На четвертом месте - налоговая система страны, и прежде всего уровень ставок налогов на прибыль. В этом плане очень важно, чтобы государство выработало такой налоговый механизм, который был бы выгоден и инвестору, и национальным предприятиям.

Обеспечение стабильности и благоприятные инвестиционные возможности позволили таким странам как США, Китай, Канада, Великобритания, Бразилия, Германия, Австралия Сингапур и Франция войти в десятку самых привлекательных для иностранных инвестиций стран.⁴

Сегодня, кроме частных инвестиций, широко распространены и государственные капиталовложения в те или иные страны и регионы, что объясняется не только экономическими выгодами, но и политический заинтересованностью. Порой очень сложно найти, где проходит грань между экономикой и политикой. Зачастую крупные мировые игроки инвес-

⁴ <http://www.rbc.ru/economics/02/06/2014/927806.shtml>

тируют в тот или иной регион, с целью установления своего доминирования. Достаточно вспомнить долларовую дипломатию Соединенных Штатов, ориентированную на предоставление займов и кредитов с целью установления контроля над внутренними делами других государств. Данная практика в основном применялась в странах Центральной Америки (Колумбия, Никарагуа, Гондурас), странах Карибского бассейна (Куба, Сан-Доминго и Гаити), в Мексике и т.д. Правительство США делало существенные капиталовложения во всех отраслях экономики: строительство железных дорог, производство электрической энергии, горнорудное дело, нефтяные промыслы, плантации бананов, сахарного тростника, какао, и т.д. Последние обеспечивали ему полный контроль и превосходство в этих странах. Думаю, что аналогичные процессы протекают и сейчас, и это неизменная природа межгосударственных отношений. Последнее, однозначно, является одним из самых негативных последствий зависимости государства от иностранного капитала.

Таблица 1. Возможные последствия инвестиций

Положительные последствия инвестиций	Отрицательные последствия инвестиций
<ul style="list-style-type: none"> иностраннные инвестиции являются стабильным источником финансирования 	<ul style="list-style-type: none"> сокращаются прибыли местных фирм из-за несправедливой конкуренции
<ul style="list-style-type: none"> инвестирование капитала в экономику другой страны влечёт за собой передачу технологий, управленческих навыков, обмен опытом 	<ul style="list-style-type: none"> вытеснения местных фирм более конкурентоспособными зарубежными, фирмы просто не имеют возможности развиваться
<ul style="list-style-type: none"> повышение уровня технологического развития требует наличия квалифицированных рабочих 	<ul style="list-style-type: none"> экспорт и импорт продукции принимающей страны может существенно снизиться
<ul style="list-style-type: none"> повышает конкурентоспособность принимающей страны 	<ul style="list-style-type: none"> политическая и экономическая зависимость
<ul style="list-style-type: none"> повышает производительность, выводит её на международный уровень 	

Суммируя все вышесказанное, могу сказать, что каждое государство должно разработать такой механизм, который, с одной стороны, позволял бы максимально получать выгоды от инвестиций, с другой стороны, обеспечивал бы полную независимость, то есть ограничивал потоки инвестиции в жизненно важных отраслях экономики государства. Таким образом, влияние иностранных инвестиций на экономику принимающей страны может значительно варьироваться в разных странах в зависимости от национальной политики, форм зарубежных инвестиций, конкурентоспособности национальных компаний.

КАЗУСЪТ “ЕКОНТ” ИЛИ ФРАНЧАЙЗ ОТ НОВО ПОКОЛЕНИЕ

Десислава Йорданова Илиева
Специалност “Международни икономически отношения”, 4 курс
Русенски университет “Ангел Кънчев”

Наистина ли познаваме начините, по които една фирма се реализира на пазара зад граница, а и на местния пазар? Според литературата, която изучаваме има определен набор от инструменти, с които разполагаме, но бизнесът ни дава друг прочит на правилата, които сме изучавали. Оказва се, че за някои предприятия теорията е ограничена, морално остаряла или неправилно прилагана, при което те залагат на нов подход. В развиващият се бизнес свят се налага мениджърите да бъдат адаптивни и да намират най-добрият начин за прилагане на познатите им правила с цел усъвършенстване на процесите и постигане на по-висока ефективност в резултатите от работата си. По-надолу ще се постарая да покажа как една установена на българския пазар фирма задава нови тенденции в изграждането на франчайз системата си.

За целта на доклада беше проведено интервю, като се очакваше, че отговорите ще дадат повече информация по отношение на франчайза като средство за навлизане на чужд пазар. Какви са предимствата му на местния пазар и какви са трудностите при реализирането му на външния пазар, както и плюсовете и минусите за организацията, която го прилага. Фокусът в последствие беше изместен към друга една възможност, която като че ли е за предпочитане от някои бизнес ръководители, което доведе до тезата, че теорията намира нов прочит и приложение. Дали това е добре за завършващите дадена академична степен, които навлизат на пазара на труда или е по-голям плюс предимно за работодателя, който прокарва нови пътеки в правенето на бизнес не става ясно. Но определено се разбира, че да си запознат с всичката теория, до която си имал достъп не е достатъчно.

Фирмата, за която става въпрос е Еконт, дейността която развива както е добре известно е свързана с широка гама от куриерски услуги, които предоставя на над два милиона клиенти в и извън страната. Фирмата е основана в Русе през 90-те години, в началото се реализира само на територията на България, а от няколко години и в чужбина. Като все още е в процес на търсене, намиране и изграждане на взаимоотношения с партньори в страни от Европа. Основно зад граница куриерските им услуги могат да се ползват в Гърция, Великобритания и Румъния, като освен стандартните услуги, които предлагат имат и някои нови, които предизвикват интерес в клиентите (например – покупка и доставка на стока). Човекът, който стои зад създаването и управлението на Еконт се казва Николай Събев и именно с него беше проведено интервюто.

Според основателя на фирмата силната им страна е абсолютния фокус върху клиента – неговите нужди, желания, иновативния подход към изпълняването на услугите, които предоставят и т.н. Като слаба страна на организацията отчита липсата на система за обучение и изграждане на мениджмънта. Защото както казва той основен проблем за бизнеса в целия свят е ресурсният мениджмънт – “има много, хора които мислят, че искат да станат мениджъри, но са малко тези, които наистина могат да го правят и още по-малко тези, които наистина го правят”. Освен че се стареа да е заобиколен от млади, креативни, творчески настроени и дейни служители, (които той нарича партньори – защото така се придава лична ангажираност), отчита и негативния аспект от липсата на стандартна процедура по обучение на персонала. Това респективно влияе върху качеството и засяга клиентите, “затова трябва да има човек, който да може да препланира ресурсите във времето и пространството. Ако има голяма разлика в това, което фирмата обещава на клиентите си и в това, което действително предлага реакцията е, че няма качество и обратното.” Той вярва, че една организация трябва да върши това, което казва че ще направи и тогава ще може да предложи качествен продукт на пазара, който да предизвика интерес и доверие в потребителя.

Николай Събев, основател и собственик на фирма Еконт има икономическо образование и всъщност е много добре запознат с възможностите за начините за реализиране на бизнеса си в и извън страната. Като абсолютен иноватор в услугите, които предлага неговата фирма, той е погледнал и по един друг начин на това как да осъществява дейността си. Твърди, че публично е обявено, че фирмата е франчайз не за друго, а защото формите известни до сега не му оставят друг избор. Според него те са вече остарели, криворазбрани и не могат да удовлетворят нуждите му. Той смята, че термините франчайз и представителство не се разбират от ползвателите им. Теорията ни учи, че когато си франчайзополучател на преден план излиза марката и ти си длъжен да пазиш реномето на франчайзодателя като спазваш неговите изисквания, ограничения и начин на работа, но това в практиката често не е така. И всеки може да даде поне по един пример как един утвърден бранд има лош имидж в дадена страна именно заради отношението на франчайзополучателя. Това е едно от нещата, които го карат да търси друг начин за осъществяване на бизнеса си. Начин, който да му дава по-голяма ефективност и сигурност по отношение на това, че услугите му ще запазят качеството си без значение точно кой ги изпълнява. На пръв поглед наистина имаме белезите на франчайза когато разглеждаме дейността на офис, който не е собственост на титуляра, но управителят на фирмата разкрива, че единственото, което дава е всъщност бранда, а всичко останало се обсъжда, договаря и осъществява съвместно с всички (за момента ще ги наречем) франчайзополучатели. С времето г-н Събев е установил, че е най-добре да работи с партньори, а не просто с хора, които са готови да си закупят правата и да станат франчайзополучатели. За него бизнесът е като семейството и е твърдо убеден, че когато всички в него са емоционално обвързани с работния процес ще има много по-голяма продуктивност и всички ще са много по-удовлетворени. За нуждите си в бизнеса той изгражда система на партниране, сключва договори за изпълнение (търговски договори) с всеки един от партньорите, които са 250, а позовавайки се на Търговския закон това се случва под юридическата форма Командитно дружество. Повечето неща, които касаят стратегията се решават от един разширен борд на директорите, в който влизат представители на всички партньори от страната. За мажоритарният собственик е важно да се отбележи, че в неговата фирма няма подчинени, а че "всички са партньори обединени от един стандарт с една обща цел" – задоволяването на клиента.

Както вече стана ясно когато Еконт е събрала достатъчно опит и информация за пазара и клиентите и решава да разшири обхвата си обявява, че вече е франчайз и открива 2-3 офиса и постепенно се дава възможност на нови инвеститори да станат партньори. След като събират достатъчно опит дават възможност и на служителите, които вече добре познават работата във фирмата, да станат и те партньори. Това може би е едно от най-добрите решения – спестяват се пари, време и други ресурси в обучението на потенциалните партньори. За първите служители, изявили готовност да станат партньори са сформирани екипи, които са подготвени и обучавани в продължение на две години.

Когато от Еконт започват да развиват партньорската система по света все още няма аналог на начина, по който реализират услугите си. Започват от нулата, тъй като няма от кого да се учат или да вземат идеи, ноу-хау и т.н. Все още няма друга компания, която да прилага подобен подход на работа.

Когато за пръв път фирмата излиза на чуждия пазар чрез франчайзополучател тя научава урока си за това, че този начин не гарантира качество в изпълнението на предлаганите услуги. Офисът е в Лондон, Великобритания, но само първия месец от работата му дава добри резултати. От втория месец до края на кратката му работа не успява да оправдае заложените очаквания, тъй като както споделя Николай Събев - офисът е бил управляван от българин, собственик на супермаркет, който е имал за цел да удовлетвори собствените си нужди, а всичко останало е било пренебрегвано. Основните изводи, до които достига управата на Еконт от този опит са:

- че така прилаганият франчайз не дава необходимата и търсена сигурност;

- и възлагането на управление на офиса на човек, който е чужденец на даден пазар ограничава възможността за добра реализация.

В момента на британския пазар фирмата работи с партньори и предлага наистина добри услуги, които напълно удовлетворяват нуждите на клиента, а и от фирмата са винаги готови да изготвят индивидуална оферта за по-специфичните им желаня, възникнали в следствие. С организацията, с която работят там имат установени отношения вече петнадесет години. Утвърден процес на работа има също и в Румъния с местни партньори. Услугите се приемат толкова добре и се налагат на пазара до толкова, че от Еконт са в процес на увеличаване на офисите, с които работят там. Другата страна, в която са затвърдили позициите си това е Гърция. За гръцкия пазар и партньорските операции, които извършва там Николай Събев има регистрирана и лицензирана фирма, като основният изпълнител е гръцки партньор. В Словения също могат да бъдат намерени и използвани услугите на бранда, които са предоставени отново от партньор.

Но тъй като са иноватори в изграждането на системата на работа на фирмата си и няма от чий опит и грешки да се учат се налага да правят и собствени грешки. След няколкократно задълбочени проучвания на възможностите за сключване на партньорство с фирми от други страни в Европа, четене на много статистики, рейтинги и събиране на мнения решават да сключат договор с немската фирма Хермес. Тя от своя страна има собствена партньорска мрежа и е изградила взаимоотношения с компании работещи в други държави от Европейския съюз, чрез които фирмата ще има достъп не само до немския пазар. Тъй като немците имат много утвърден модел на работа от Еконт се нагаждат към техните условия и поради факта, че с тях няма как да бъде сключен партньорски договор управата решава да се сключи клиентски договор. Работата започва август месец миналата година (2015 г.) с ясна цел да се провери дали този метод на работа ще отговаря на нуждите на клиентите във въпросните страни – като става въпрос за общо осем държави, сред които Унгария, Германия, Дания и др. В процеса на работа се установява, че от Хермес не са информирали Еконт за всичките стандарти, които прилагат при получаване, доставяне и съхранение на пратките. Тестването на схемата продължава до март тази година (2016 г.) и приключва заради неудовлетворени обещания, нужди и очаквания. От Еконт споделят, че са страшно разочаровани от работата си с немската фирма, от показаното ниско качество и невъзможността на българската страна да наложи какъвто и да било контрол или коректив на изпълнението на услугата. Според Николай Събев проблема в работата с Хермес е разликата в ценностите, които следват двете фирми. За разлика от Еконт немците нямат за цел да се фокусират върху клиентите, при тях работата се базира на строго определени правила и стандарти, които не са така гъвкави както са на българския пазар. Ясно се вижда как на немския пазар се прилага една строго стандартизирана услуга, докато от българска фирмата се старее да се адаптира към нуждите и желанята на потребителите си. От страна на Еконт е направена сериозна инвестиция от ресурси с цел да се нагоди вътрешната система с тази на Хермес. За изготвянето и изпълнението на договора, който сключват са били осигурени:

- описание на услугите;
- интеграция на системите;
- промяна на софтуера и др.

След дълги колебания и промени, необходими за стартиране на пробния период, а и след като от Еконт предоставят услугата на клиентите си, те им отговарят с доверието, с което подхождат и към услугите на местния пазар. За съжаление обаче не минава много време когато писмата с оплаквания започват да постъпват не само към центъра отговарящ за рекламации и оплаквания, а дори лично до управителя на фирмата, който се приема като гарант за качество на услугите предоставяни от неговата организация и партньорите му. Това е ясен сигнал за Николай Събев, че въпреки усилията си предприятието му не може да оправдае очакванията, макар да не е пряко отговорна за случващото се и да се старее да пренатвърти всички проблеми възникнали от ниското качество на работа от немска страна. В

момента Еконт са в процес на нови проучвания по отношение на намирането на нови възможности за партньорство.

Николай Събев твърди, че високото ниво на работа в сферата на куриерските услуги в България неслучайно е толкова високо. То е такова каквото е защото е провокирано от стандартите за работа, които налага неговият бранд. А това, което се предлага на българския пазар трудно може да бъде намерено, където и да е извън страната. “Всичките двадесет и една услуги, които ги има в България ние сме ги създали”, твърди той. И още - “те са стандарт. Те са реализирани на пазара защото пазарът го иска.” А обратната връзка, която фирмата държи с клиентите си му дава правото да твърди, че – “всъщност клиентите принудиха другите куриерски фирми в България да почнат да предлагат и те този пакет от допълнителни услуги към куриерската услуга. Този стандарт за качество вече става базов и не можеш да станеш куриер, ако не можеш да предложиш това.” Когато избира правната форма, в която да облече дейността на фирмата си г-н Събев проверява каква е най-удачната според местната юридическа обстановка. Той споделя, че – “тези понятия и техники, които аз използвам са извън учебниците. Нямаше кой друг да направи нещо такова, за да се уча от него.”

Политическата обстановка в една страна винаги влияе на реализацията на бизнеса. На въпрос дали членството в Европейския съюз е повлияло положително на дейността на фирмата му отговорът му е категоричен, че свободите на движение са дали възможност на фирмите да споделят и черпят опит, да се докоснат до неща, “които мислехме, че са свециени”. Убеден е, че “България се развива в непрекъснат ръст на покупателната способност на населението. Фирмите стават все по-здрави и по-мощни. Вече техните собственици и мениджъри са по-знаещи и по-можещи.” А по отношение на негативите отчита положително съществуването им, но не и такива, които да засягат директно неговата организация.

Може би е важно да отбележим и няколко важни извода, които можем да си направим от опита на Еконт при изграждането и реализирането на бизнес стратегията си. По отношение на франчайза изобщо прави силно впечатление, че те се стремят към един нов и по-адаптивен начин на прилагане на познатите ни правила. За тях партньорската мрежа, която изграждат не е единствено с цел достъп до по-голям пазар, увеличаване на печалбата или на конкурентоспособността. Приоритет е клиента и като такъв той непряко задава параметрите, към които се стремят от фирмата. Ето защо Николай Събев държи при изграждането на партньорската система да е силно застъпена личната ангажираност в процеса на работа. Ясно личат белезите на франчайза, но и категорично се отличават не толкова строго заложените правила и контрол от франчайзодателя, като те са изместени от едно общо обсъждане и изграждане на правила за работа. От опита им в Германия като чуждестранен партньор изводът, който излиза на преден план, е че колкото и добре да си проучил бъдещ партньор никога не трябва да пренебрегваш културната среда, от която идва. От Хермес очевидно не са склонни да са така адаптивни както от Еконт. Те се реализират на един много голям пазар, който излиза извън границите на страната им и явно стратегията на стандартизация на продукта им помага да предоставят една добра услуга на клиентите си, но това не успява да се координира с начина на работа на адаптивната българска фирма, която е много по-склонна да излиза извън стандартите, за да удовлетвори клиентите си.

В този доклад е представен един друг прочит на теорията, която познаваме. Целта беше да се покаже колко е важно да си добре запознат с теоретичните основи за реализиране на бизнес, за да може когато ги прилагаш да изработиш възможно най-добрата стратегия, която ще ти донесе утвърждаване на пазара, доверието на потребителя и партньорите и разбира се печалба. Със сигурност не е лесно да си пионер защото това означава, че си готов да рискуваш много, защото няма от кого да гледаш, няма чужди грешки, от които да се учиш, инвестираш много ресурси, които може изобщо да не ти се възстановят, но когато успееш започваш да създаваш стандарти в бранша, в който се реализираш.

ПРЕКИ ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ В БЪЛГАРИЯ

Цвета Маринова Янкова

Специалност "Международни икономически отношения", 3 курс

Икономически университет - Варна

1. Въведение

С развитието на глобализационния процес, все по-голяма популярност придобиват ТНК (Транснационални корпорации), издигайки ПЧИ като една от основните форми на външноикономическите отношения. ТНК са непосредствено свързани с преките чуждестранни инвестиции. Осъществяването на ПЧИ зад граница превръща една национална компания в транснационална и обратно – ТНК са ангажирани главно в чужбина, осъществявайки преки инвестиции в чужди икономики.¹

При преките чуждестранни инвестиции една компания създава задграничен филиал или придобива контролния пакет акции от собствеността на чуждестранна фирма. Освен прехвърляне на паричен капитал в чужбина, трансферът на пакета от ресурси включва още права на собственост, контрол, организационен и управленски опит, технологии и т.н.²

Привличането на ПЧИ в определена държава зависи от редица технологични и традиционни фактори – размер на пазара, данъчната политика на държавата, равнище на работните заплати, развитие на приватизационния процес и др. Те оказват влияние върху технологичния трансфер, който може да подобри производствената структура, респ. икономическия растеж и заетостта. Отрасловата специализация е основен фактор за привличане на ПЧИ, защото чуждестранните компании, специализирани в производството на определена стока, решават да инвестират зад граница, изхождайки от наличието на подобни производства и квалифицирана работна ръка в приемащата страна. Връзката между задграничната и местната фирма е от съществено значение за трансфера на технологии и за повишаване на производителността на труда. ПЧИ спомагат за развитието на сравнителните предимства на определено производство и дават възможности за развитието на отрасли, ориентирани към износ.³

ПЧИ са основна предпоставка за внедряване на технологични иновации в приемащата страна. Други съществени ползи от привличането на ПЧИ са: разкриване на нови работни места, покачване на работните заплати, респ. покачване на жизнения стандарт на живот, предаване на знания и опит.

2. Класификация на ПЧИ

Основно разграничаваме три вида преки чуждестранни инвестиции:

- Инвестиции "на зелено" ("Greenfield Investment") - когато една компания започва ново начинание в чужда страна, чрез създаване на задграничен филиал. Разширяване на компанията чрез изграждане на нови филиали и съоръжения.⁴
- Инвестиции "на кафяво" ("Brownfield Investment") – инвеститорът придобива дадена задгранична фирма, но до голяма степен заменя нейното оборудване, работна сила и продуктова линия. Производството и организационната структура се реструктурират основно.
- Сливания и поглъщания ("Mergers and Acquisitions") – сливане е обединяване на приблизително равни партньори, което води до формиране на нова фирма с ново название. Поглъщане (придобиване) е обединяване на две фирми, в ре-

¹ Младенова, З. и др. Световно стопанство в условията на глобализация. Стено: Варна, 2002.

² Пак там

³ ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/bas/ecchap/CH_4_Balkanska.pdf

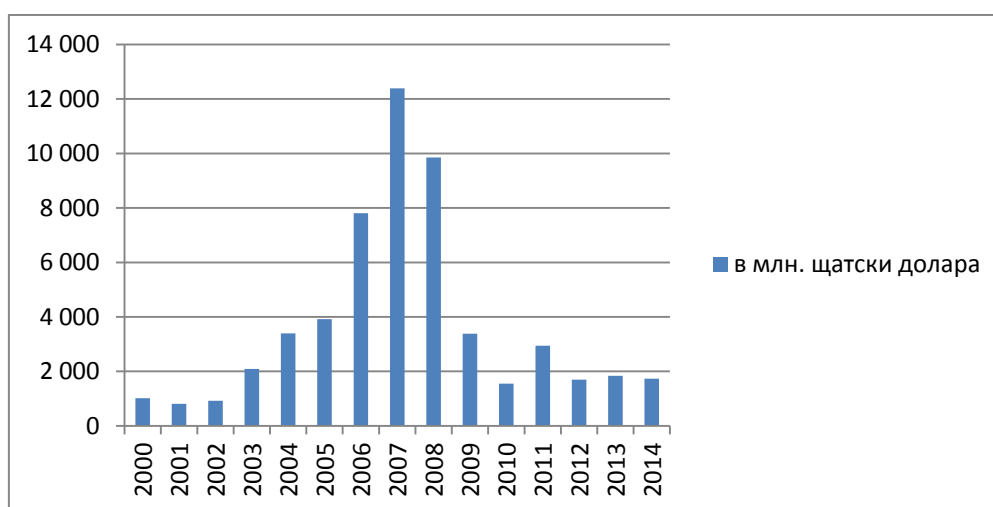
⁴ <http://www.investopedia.com/terms/g/greenfield.asp>

зультат на което по – голямата фирма придобива и интегрира в своята структура бизнеса на по – малката фирма.⁵

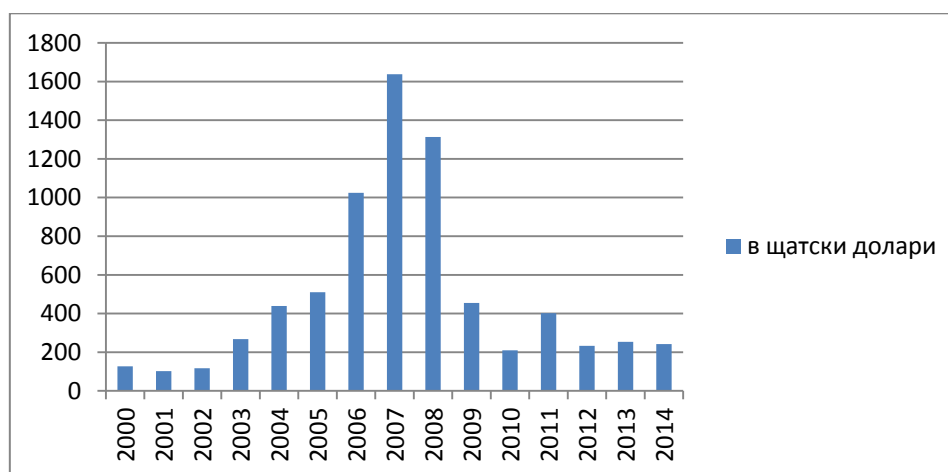
В съвременния свят водеща роля играят сливанията и поглъщанията като способ за проникване в чужди икономики, докато пред 60-те и 70-те години на 20 век инвестициите на зелено са били доминиращи.⁶

3. Потоци на преки чуждестранни инвестиции в българската икономика

ПЧИ са основен източник на икономически растеж в България, тъй като влияят пряко върху brutния вътрешен продукт (БВП). В България малко на брой, но сравнително големи инвестиции формират обема на ПЧИ, което прави икономиката уязвима от външната конюнктура и инвестиционния климат в чужбина. Привличането на чуждестранни инвестиции в страната е резултат от икономическото развитие на икономиката и наличието на рентабилни инвестиционни възможности.



Графика 1. Динамика на преките чуждестранни инвестиции в България за периода 2000 – 2014 г.⁷



Графика 2. Динамика на ПЧИ на глава от населението в България за периода 2000 – 2014 г.⁸

⁵ https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5_%D0%B8_%D0%BF%D0%BE%D0%B3%D0%BB%D1%8A%D1%89%D0%B0%D0%BD%D0%B5

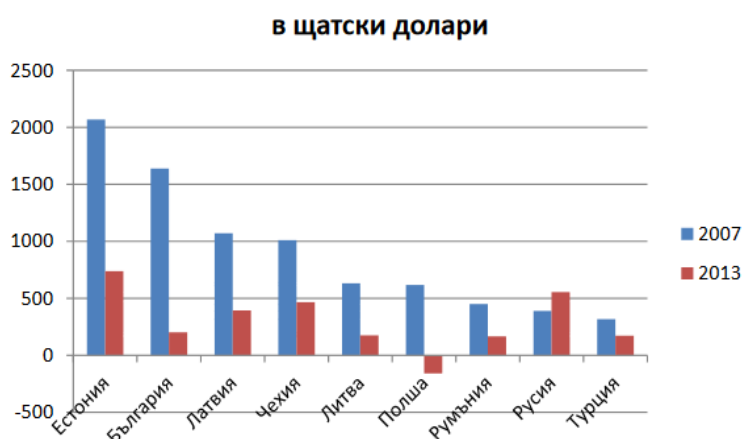
⁶ Младенова, З и др. Световно стопанство в условията на глобализация. Стено: Варна, 2002.

⁷ <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>

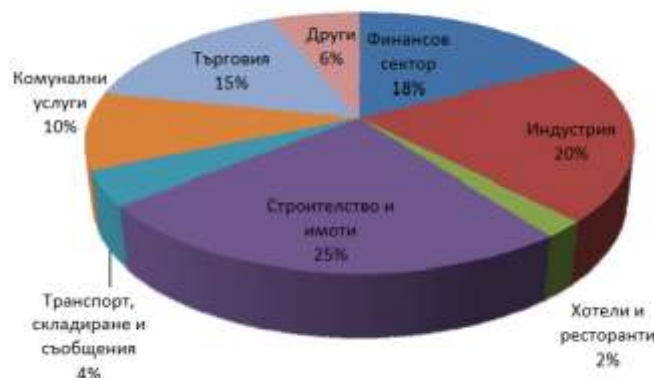
⁸ <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>

Глобалната кредитна експанзия, както и присъединяването на източноевропейските страни към ЕС са двете основни причини за засиления интерес на международните институционални инвеститори към Източна Европа през първото десетилетие на 20 век. В периода на абсолютния връх на инвестиционния интерес към Източна Европа през 2007 г. България е в челните позиции по привлекателност за чуждите инвеститори (12 389 млн. щатски долара).⁹

Както става ясно от графиката, през 2007г. преките чуждестранни инвестиции в България надхвърлят 1600 щатски долара на глава от населението и по този показател България изпреварва значително почти всички държави в Централна и Източна Европа. В периода след настъпването на глобалната финансова криза, притокът на чужди капитали към България значително свива своя размер. Съществен спад е отчетен в почти всички източноевропейски държави. През 2013г. България изостава от Естония, Русия, Чехия и Латвия по отношение на ПЧИ на глава от населението, но изпреварва Литва, Полша, Румъния и Турция.¹⁰



Графика 3. Динамика на ПЧИ на глава от населението в ЦИЕ¹¹



Графика 4. Разпределение на ПЧИ в България по икономически сектори за периода 1996 – 2014 г.

Приблизително 25% от всички ПЧИ в България за периода 1996 – 2014 г. са вложени в строителство и недвижими имоти (около 10,8 млрд. евро). В добивната и преработващата промишленост са инвестирани 20% (около 8,8 млрд. евро) от всички ПЧИ в България за съответния период. Трето място заема финансовият сектор, който е успял да привлече 18% (около 7,7 млрд. евро) от всички чуждестранни капитали за изследвания период. Около 15%

⁹ <http://www.iwatchbulgaria.com/wp-content/uploads/2015/06/FDI-report-June-2015-Industry-Watch.pdf>

¹⁰ <http://www.iwatchbulgaria.com/wp-content/uploads/2015/06/FDI-report-June-2015-Industry-Watch.pdf>

¹¹ <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>

от чуждите капитали са предназначени за фирми занимаващи се с търговия, в които са вложени 6,7 млрд. евро. Във фирми предоставящи комунални услуги са инвестирани 10% от постъпилите финансови средства (4,2 млрд. евро). Бизнесът занимаващ се с транспорт, складиране и съобщения привлича 4% от чуждите инвестиции за целия период след 1996г., а в хотели и ресторанти са инвестирани 900 млн. евро (2% от всички чужди капитали за периода). В периода след кризата относително по – малко чужди инвестиции се насочват към фирми в търговията, строителство и имоти и финансов сектор. За сметка на това се увеличават ПЧИ, вложени в индустрията, комуналните услуги, хотелите и ресторантите. Увеличава се и дялът на инвестициите насочени към фирмите, занимаващи се с транспорт, складиране и съобщения.¹²

В периода 1996 – 2014г. най-големите източници на чужди инвестиции в България са Нидерландия (16% от всички ПЧИ), Австрия (14%), Гърция (8%), Великобритания (6%) и Германия (6%). Страните в еврозоната са водещ чуждестранен инвеститор в българската икономика, както и основен търговски партньор на страната. В списъка на големите инвеститори за България попадат и Кипър, Русия, Швейцария, САЩ и някои централноевропейски държави – Чехия и Унгария.

4. Заключение

Силните страни, които оказват благоприятно влияние върху осъществяването на преки чуждестранни инвестиции в България са сравнително ниските данъци и разходи за труд. Под влияние на глобализационния процес и технологичната промяна натискът на конкуренцията се усилва и тези фактори се явяват крайно недостатъчни за инвеститорите при вземане на инвестиционно решение. Необходимо е да се работи върху нивото на прозрачност и усещането на инвеститорите за предвидимост и сигурност, както в правен, така и в административен контекст.

5. Използвани източници

1. Младенова, З и др. Световно стопанство в условията на глобализация. Стено: Варна, 2002.
2. ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/bas/ecchap/CH_4_Balkanska.pdf
3. <http://www.investopedia.com/terms/g/greenfield.asp>
4. <http://www.iwatchbulgaria.com/wp-content/uploads/2015/06/FDI-report-June-2015-Industry-Watch.pdf>
5. <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableView/tableView.aspx>
6. <http://whatis.techtarget.com/definition/mergers-and-acquisitions-MA>

¹² <http://www.iwatchbulgaria.com/wp-content/uploads/2015/06/FDI-report-June-2015-Industry-Watch.pdf>

МЕЖДУНАРОДНИ ИНВЕСТИЦИИ И ПРЕКИТЕ ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ В БЪЛГАРИЯ

Людмил Пламенов Гатев

Специалност "Международни икономически отношения", 3 курс
Стопанска академия "Димитър А. Ценов" – Свищов

1. Въведение в темата

Глобализацията е термин, който обозначава поредица от икономически, социални, технологични и политически процеси, които реализират интересите на отделните държави, организации и хора. През последните десетилетия интензивният процес на глобализация допринася за всеобщото разпространение и взаимопроникване на международното движение на идеи, капитали, технологии и културни особености на световно ниво. Характерно за него е съкращаването на значителна част от пречките свързани с международното движение на капитали и стоки. Инвестициите имат съществена роля за ускореното развитие на обществото чрез създаването на производствен потенциал и материална основа за задоволяване на социалните потребности.

В съвременните условия на интензивна международна икономическа обвързаност, засилващите се интеграционни процеси и все по-нарастващата роля и значение на крупните транснационални компании, не малка част от инвестициите се осъществяват с чуждестранни капитали на чуждестранни фирми. Докато едни страни разполагат със значителни спестявания и натрупани капитали, в други съществува недостиг за такива. За това допринася географското разположение, различията на природните условия, неравномерното икономическо развитие, различната степен на ефективност на икономиките и редица други, специфични за отделните страни, условия.¹

Инвестициите са един от основните фактори за икономически растеж. Чрез тях се изгражда материална и финансова основа за извършване на стопанска дейност, както и за осъществяване и задоволяване на социалните потребности. Следователно навлизането на чуждестранните инвестиции засяга цялата икономика на съответната страна, което може да има положителни и отрицателни последици, защото инвестициите оставят дълготрайни последици върху икономическото и социалното развитие на участващите в тях страни. Необходимо е задълбочено анализиране на резултатите, когато се решават въпросите за чуждестранните инвестиции и трябва да се анализира дали те се обвързват и съдействат за постигането на националните цели.

Международните инвестиции се делят на 2 основни големи групи: преки чуждестранни инвестиции (ПЧИ) и чуждестранни портфейлни инвестиции.

2. Преки чуждестранни инвестиции (ПЧИ)

Преките чуждестранни инвестиции се определят като "инвестиции, създаващи дългосрочни взаимоотношения и отразяващи траен интерес и контрол на единица, резидент на една икономика (чуждестранен пряк инвеститор или предприятие майка), в предприятие, резидент на икономика, различна от тази на чуждестранния пряк инвеститор (предприятие, създадено с преки инвестиции или дъщерно предприятие)². Инвестицията може да бъде направена чрез закупуване на съществуващо вече предприятие или чрез т.нар. инвестиция на "зелена поляна", а именно чрез построяването на ново предприятие³. Преките чуждестранни инвестиции по правило предполагат дълготрайно обвързване с икономиката на приемащата страна и за това инвестициите се разглеждат като дълготрайни вложения. Преките чуждестранни инвестиции могат да бъдат осъществени както от физическо, така и от юри-

¹ Стойков, И., Момчев, С. Международна инвестиционна политика, Фабер, 2015, стр. 5.

² Определението е от World Investment Report, United Nations, 2001, p. 271, основано на определение прието от OECD.

³ Дамянов, А., Илиев, Д., Любенов, З., Фирмена интернационализация, Фабер, 2010, стр. 95

дическо лице, като инвеститора придобива права на собственик и участва в управлението на предприятието. Инвестициите под формата на сливане и придобиване (поглъщане) се считат за преки инвестиции поради големите суми, които се трансферират (над 10 % от стойността на пакета акции)⁴.

2.1. Интереси

И приемащата и предаващата страна имат определени интереси от осъществяването на преките чуждестранни инвестиции. Водещите интереси за инвеститорите са:

- Получаване на доходи под формата на предприемаческа печалба.
- Достъп до стратегически ресурси и пазари.
- Ограничаване достъпа на конкурентите до съответните ресурси и пазари.
- Използване на по-евтини ресурси, суровини, работна ръка.
- Достъп до ноу-хау, технически и научни постижения, изследователски бази, конструкторска и развойна дейност.
- Ползването на данъчни привилегии, получаване на държавни заеми и субсидии.⁵

2.2. Ползи и предимства

Преките чуждестранни инвестиции способстват за изпълнение на националните цели – икономически, политически и социални, като изграждане или подобряване на настоящата инфраструктура, коопериране на производството, подобряване на конкурентоспособността на местните предприятия, съкращаване на вноса на продукцията от вида на произвежданата, а също така се дава възможност за осъществяването на износ. За местното население ползите се изразяват в откриването на нови работни места, повишаване на заетостта, нарастване на доходите. Нарастват приходите и за държавата, повишава се наличността на ликвидни средства, изпълняват се националните цели и съответните икономически и социални политики.

3. Чуждестранни портфейлни инвестиции

Също както преките чуждестранни инвестиции, портфейлните инвестиции са източник на финансови средства в страна, различна от тази на портфейлния инвеститор. Въпреки че портфейлните инвестиции са свързани с преките чуждестранни инвестиции, те имат и съществени разлики помежду си. Една от основните разлики е източникът от който произтичат инвестициите. Докато при ПЧИ това са големи транснационални компании занимаващи се с производството на стоки и услуги, портфейлните инвестиции произтичат от финансови институции като банки, пенсионни и инвестиционни фондове, застрахователни компании, а и от лица, които участват на фондовите пазари.⁶

Друга съществена разлика е, че при преките портфейлни инвестиции не се цели участие в управлението на предприятието-нещо, което е основна характеристика за преките чуждестранни инвестиции. При преките чуждестранни инвестиции се цели притежаване на над 10 % от общия пакет акции, докато при преките портфейлни инвестиции се притежават до около 10 % от общия пакет акции.

Разлика има и във продължителността на инвестицията и обвързването с икономиката на съответната страна – за разлика от ПЧИ, които са дългосрочни и се обвързват силно с икономиката на приемащата страна, преките портфейлни инвестиции се характеризират с кратък срок и много по-слабо обвързване с икономиката на страната, защото те се изразяват в купуването на ценни книжа. Водещ мотив и при портфейлните инвеститори е стремежа към печалби от притежаването на ценни книжа. Инвеститорите разчитат на доходи, които биха получили под формата на дивиденди. Портфейлните инвестиции се отличават и

⁴ Стойков, И., Момчев, С. Международна инвестиционна политика, Фабер, 2015, стр. 25

⁵ Кирев, Л. Транснационални компании, Абагар, 2010, стр. 226

⁶ Стойков, И., Момчев, С., Международна инвестиционна политика, Фабер, 2015, стр. 39

с голяма подвижност, а именно – могат много лесно да бъдат продадени ценните книжа и с получените пари да бъдат вложени в други ценни книжа.

3.1. Ползи и предимства

Техните ползи и принос могат да бъдат разгледани в няколко основни насоки, а именно:

- Влияние върху финансовото състояние на фирмите чрез осигуряване на приток от нови финансови средства, финансово стабилизиране и оздравяване.
- Повишават ликвидността на фондовите пазари, което води до активизиране на пазарите, повишаване на конкурентоспособността на фирмите.
- Инвестициите в рискови предприятия допринасят за икономиката на страната в която се осъществяват инвестициите.
- Положителното влияние на инвестициите води до разширяването на търсенето на портфейлни инвестиции.

4. Преки чуждестранни инвестиции в България

Преките чуждестранни инвестиции (ПЧИ) са основен източник на икономически растеж в България чрез прякото им въздействие върху brutния вътрешен продукт (БВП), разкриване на нови работни места и стимулирането на трансфера на технологии, управленски и организационни знания. Според анализа малко на брой, но сравнително големи инвестиции формират обема на ПЧИ в България, което прави икономиката уязвима от външната конюнктура и инвестиционния климат в чужбина. Необходими са стимули за привличане на по-голям брой средно големи инвестиции в икономиката.⁷

България е страна с отворена икономика и ниско ниво на доходи, съответно значението на преките чуждестранни инвестиции е изключително голямо. В периода 1996-2014 г. преките чуждестранни инвестиции в България възлизат на 43.7 млрд. евро. В периода 1996-1999 г. чуждите инвестиции са минимални в следствие на хиперинфлацията и кризата в реалния сектор. Наблюдава се стабилизиране на икономиката през 2000 г. и се наблюдава ръст от над 1 млрд. евро. В рамките на 2 години, между 2000 и 2003 г. преките чуждестранни инвестиции се удвояват. Интересът към България като инвестиционна дестинация достига своя пик в периода 2006-2008 г., като над 50 % от всички преки чуждестранни инвестиции за целия период 1996-2004 г. са направени в периода 2005-2008 г. По време на абсолютния връх на инвестиционния интерес към Източна Европа през 2007 г. България е сред лидерите по привлекателност за чужди инвеститори. През 2007 г. ПЧИ на глава от населението надхвърлят 1600 долара и по този показател България изпреварва почти всички държави от Централна и Източна Европа.

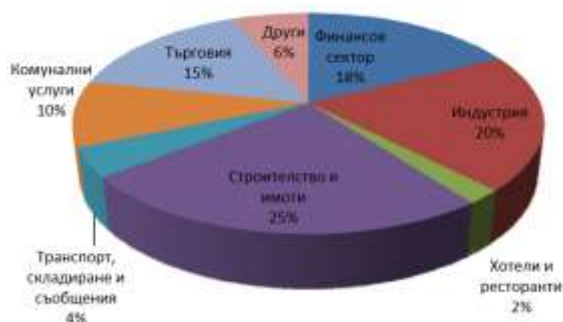


Фиг. 1. Динамика на ПЧИ в България в периода 1996- 2014, източник: Industry Watch по данни на БНБ.

⁷ Доклад на Делойт и Туш по поръчка на Министерство на икономиката, озаглавен “Анализ на международния инвестиционен климат и на възможностите на България за привличане на инвестиции.”

В периода след настъпването на глобалната финансова криза, притокът на чужди капитали към България се свива съществено. В периода 2010-2014 г. чуждите инвестиции възлизат малко над 1 млрд. евро годишно⁸.

Диаграмата позволява да проследим инвестициите в България за периода 1996-2014 година, като може да се наблюдава тенденцията в нарастването и намаляването им, както и достигането им на най-високите нива съответно през 2006 и 2008, като техния пик е през 2007, и тяхното намаляване от 2008 до 2014.



Фиг. 2. ПЧИ в България по икономически сектори в периода 1996- 2014, източник: Industry Watch по данни на БНБ

Илюстрирани са секторите за периода 1996-2014 г., в които са инвестирани ПЧИ. Най-голям процент инвестирани ПЧИ са в Строителство и имоти, а именно 25 %.

	в млн. евро			структура (%)		
	1996-2008	2009-2014	общо	1996-2008	2009-2014	общо
Общо	34905	8795	43700	100%	100%	100%
Нидерландия	3584	1440	5024	10%	16%	12%
Австрия	5524	421	5945	16%	5%	14%
Гърция	1387	194	1581	4%	2%	8%
Великобритания	2886	-281	2605	8%	-3%	6%
Германия	2227	191	2417	6%	2%	6%
Китай	1769	335	2104	5%	4%	5%
Русия	947	1015	1962	3%	12%	4%
Швейцария	1020	605	1625	3%	7%	4%
САЩ	1271	334	1605	4%	4%	4%
Италия	1135	354	1489	3%	4%	3%
Чехия	946	417	1363	3%	5%	3%
Унгария	1172	187	1359	3%	2%	3%
Франция	799	526	1285	2%	6%	3%
Белгия	573	467	1039	2%	5%	2%
Испания	975	-302	673	3%	-1%	2%

Фиг. 3. Преки чуждестранни инвестиции в България по източници, източник: Industry Watch по данни на БНБ.

Фигура 3 отразява ПЧИ в България по държави източници за периодите 1996-2008 г. и 2009-2014 г. Съгласно нея като най-големи инвеститори могат да се определят Нидерландия, Австрия и Гърция, Великобритания и Германия.

Причината за големия интерес на холандските инвеститори се крие отново в данъчните облекчения, които предоставя регистрацията там. В Холандия има правна форма, наречена B.V., и всички компании под такава регистрация на практика са офшорни, което скрива истинския произход на инвеститора. Собствениците на много от големите български фирми са регистрирани именно под тази форма.⁹ От друга страна, възможно е самата компания-инвеститор в България да смени собственика си, след като вече се е установила в България, и така реално да се промени географският профил на компаниите, правещи бизнес у нас¹⁰.

⁸ Индъстри Уоч, Доклад за преките чуждестранни инвестиции, 2015, <http://www.iwatchbulgaria.com/wp-content/uploads/2015/06/FDI-report-June-2015-Industry-Watch.pdf>

⁹ www.capital.bg/politika_i_ikonomika/bulgaria/2015/04/19/2515811_chujdestrannite_investitori_vse_oshte_zaobikalat

¹⁰ <http://www.investor.bg/ikonomika-i-politika/332/a/procesyt-na-slivaniia-i-privodovaniia-promenia-profila-na-investitorite-v-bulgaria-197250/>

Преди кризата най-активният сектор е бил Строителство и имоти с 29 %, а след кризата е едва 9%. След кризата индустрията се превръща в по-привлекателен сектор, като концентрира 27 % от привлечения капитал след 2009 г.



Фиг. 4. Разпределение на ПЧИ в България по сектори – преди (1998-2008 г.) и след кризата (2009-2014г.), източник Industry watch

Фигура 4 отразява разпределението на ПЧИ в България по сектори преди кризата в периода 1998-2008 г. и след кризата в периода 2009-2014 г. Тя показва в кои сектори е инвестирано най-много преди кризата и кои са предпочитаните сектори за инвестиции след кризата.

След достигането на пика си през 2007 г. от 9,052 млн. евро се наблюдава рязко спадане на преките чуждестранни инвестиции. Докато активността на пазара на сливания и придобивания в Централна и Югоизточна Европа постепенно се съживява, то в България тенденцията на понижаване се запазва¹¹. Доверието на чуждестранните инвеститори в България е на едно от най-ниските си нива в историята. Чуждите инвеститори са все по-малко склонни да създават или придобиват компании в България, както и да сключват сделки с имоти.

4.1. Причини за намаляване на инвестициите в България

Като основен фактор за свиването на пазара се очертава спад на интереса от страна на чуждестранни инвеститори към българския пазар, който се обуславя от нестабилната политическа обстановка и състоянието на финансовата система в страната. Променливата макросреда и трудността да се правят средносрочни и дългосрочни прогнози със сигурност са в основата на масовото излизане на външни инвеститори от България. Липсата на ефективна защита на потенциални инвестиции чрез съдебното производство е ключов фактор, който до голяма степен възпира потенциални външни инвеститори, които анализират възможности за навлизане на местния пазар¹². Други възпиращи външните инвеститори фактори, които тепърва ще се изострят са качеството на образование и на работните кадри и демографските тенденции в страната.

Една от услугите на частната американска разузнавателна фирма STRATFOR е да изготвя проучвания за големи корпоративни клиенти. За да реагира бързо на търсенето, компанията поддържа и периодически обновява типови документи с комплексни критерии за оценка на страните, обект на инвеститорски интерес – така наречените Supplier Relationship Management доклади (SRM). Сред техен доклад относно България се срещат трудности като:

- Наличие на организирана престъпност.

¹¹ http://www.capital.bg/biznes/kompanii/2014/10/26/2407081_nestabilnata_sreda_v_bulgaria_goni_chujdestrannite/

¹² http://www.capital.bg/biznes/kompanii/2014/10/26/2407081_nestabilnata_sreda_v_bulgaria_goni_chujdestrannite/

- Корупцията е всеобхватна, фактически безнаказана, част от обществото.
- Някои от чуждестранните компании стават жертва на рекет, негативни пиар кампании.¹³

4.2. Инвестиции през 2015-2016 г.

През 2015 година се наблюдава увеличение на преките чуждестранни инвестиции в сравнение с 2014 година (1,285 млрд евро или с 22.5 % по-малко). Това реално се дължи на извършваните финансови операции от Лукойл Нефтохим, които инвестират около 1,5 млрд. долара, отпуснати под формата на заем.

В началото на 2016 са направени значително по-малко инвестиции в сравнение със същия период на 2015 г. Най-големи инвеститори в началото на 2016 г. са Германия (14,5 млн. евро), Великобритания (10,8 млн евро) и Италия (8,4 млн евро).

Таблица 1. Преки инвестиции в страната за 2015, 2016 г.

	2015 г.						2016 г.	2016 г./2015 г.
	януари	I трим.	II трим.	III трим.	IV трим.	Общ	януари	януари
Преки инвестиции, нето	-328.0	-559.4	-405.4	-571.9	20.9	-1 515.8	-54.3	273.6
Преки инвестиции в чужбина*	-4.5	26.6	-33.5	45.8	38.4	77.3	-9.4	-4.9
Дялов капитал	9.1	36.3	21.3	26.4	23.9	107.9	2.8	-6.3
Реинвестиране на печалба	-2.4	-9.8	-5.5	-4.7	-15.6	-35.6	0.0	2.4
Дългови инструменти	-11.2	0.0	-49.3	24.2	30.1	5.1	-12.2	-1.0
Преки инвестиции в страната	323.4	586.0	371.9	617.7	17.5	1 593.1	44.9	-278.5
Дялов капитал	12.8	95.2	-32.0	875.9	194.6	1 133.6	4.7	-8.1
Реинвестиране на печалба	71.5	214.6	234.3	141.8	53.4	644.1	0.0	-71.5
Дългови инструменти	239.1	276.3	169.7	-400.0	-230.5	-184.5	40.2	-198.9

Таблицата отразява ПЧИ в страната за 2015 г. по тримесечия и общо за цялата година. Присъстват данни за инвестициите през януари 2016 г. както и сравнение между инвестициите за януари 2015 и януари 2016 г. Сравнението показва, че в началото на 2016 г. инвестициите са много по-малко отколкото за същия период в началото на 2015 г.

През 2016 г. правителството подготвя промени в 21 закона за подобряване на инвестиционния климат в България сред които Закона за устройство на територията, Кодекса на труда, Закона за местните данъци и такси и други. Целта е да се получи финансиране по плана "Юнкер" на Европейската комисия като основната цел е да се иницира раздвижване на частния сектор. Към началото на февруари с гаранции за кредити от 9 млрд. евро са мобилизирани инвестиции за 61,5 млрд. евро в 22 държави, включително и България.¹⁴

Заклучение

България е развиваща се страна в която съществува недостиг на капитали и спестявания и поради тази причина преките чуждестранни инвестиции са от изключителна важност за осъществяването и изпълнението на икономическите, политическите и социалните цели на страната. За кратък период от време България е сред лидерите в Централна и Източна Европа по привлекателност на ПЧИ, но в последните години се забелязва масово излизане на инвестиции от България и спад на интереса от страната на чуждестранните инвеститори. Това е обусловено от нестабилната политическа обстановка, състоянието на финансовата система в страната, променливата макросреда, трудността да се правят средносрочни и дългосрочни прогнози и липсата на ефективна защита на потенциални инвестиции чрез съдебно производство. Други възпиращи външните инвеститори фактори, които тепърва ще изострят неблагоприятния инвестиционен климат са качеството на образование и на работните кадри, както и демографските тенденции в страната.

¹³ <https://bivol.bg/stratfor-srm.html>, https://wikileaks.org/plusd/cables/09SOFIA27_a.html

¹⁴ <http://www.investor.bg/ikonomika-i-politika/332/a/promeni-v-21-zakona-shte-podobriavati-investicionniia-klimat-211695/>

Източници:

1. Дамянов А., Илиев Д., Любенов З., Фирмена интернационализация, Велико Търново, 2010, стр. 95
2. Кирев Л., Транснационални компании, Велико Търново, 2010, стр. 226
3. Стойков И., Момчев С., Международна инвестиционна политика, Велико Търново, 2015, стр. 5, стр. 39, стр. 25
4. World Investment Report, United Nations, 2001, p.271.
5. *Делойт и Туш*, Анализ на международния инвестиционен климат и на възможностите на България за привличане на инвестиции.
6. Индъстри Уоч, Доклад за преките чуждестранни инвестиции, 2015, <http://www.iwatchbulgaria.com/wp-content/uploads/2015/06/FDI-report-June-2015-Industry-Watch.pdf>
7. STRATFOR за инвестиционния климат в България, <https://bivol.bg/stratfor-srm.html>
8. Нестабилната среда в България гони чуждестранните инвеститори, http://www.capital.bg/biznes/kompanii/2014/10/26/2407081_nestabilnata_sreda_v_bulgariia_goni_chujdestrannite/
9. Чуждестранните инвеститори все още заобикалят България, http://www.capital.bg/politika_i_ikonomika/bulgaria/2015/04/19/2515811_chujdestrannite_investitori_vse_oshte_zaobikaljat/
10. Процесът на сливания и придобивания променя профила на инвеститорите в България, <http://www.investor.bg/ikonomika-i-politika/332/a/procesyt-na-slivaniia-i-privdobivaniia-promenia-profila-na-investitorite-v-bylgariia-197250/>
11. Промени в 21 закона ще подобряват инвестиционния климат, <http://www.investor.bg/ikonomika-i-politika/332/a/promeni-v-21-zakona-shte-podobriavat-investicionnii-klimat-211695/>
12. Bulgaria: 2009 investment climate statement, https://wikileaks.org/plusd/cables/09SOFIA27_a.html

ТЕМАТИЧНО НАПРАВЛЕНИЕ

МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИЗЪМ



ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ТЕРОРИСТИЧНИЯ АТЕНТАТ В БУРГАС ВЪРХУ ТУРИСТОПОТОКА В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Гл. ас. д-р Даниела Георгиева Илиева¹
Катедра “Икономика”
Русенски университет “Ангел Кънчев”

Ас. д-р Йордан Илиев Нейков
Катедра “Международни икономически отношения”
Стопанска академия “Димитър А. Ценов” – Свищов

Въведение

Туризмът е сред най-бързо развиващите се отрасли в световен мащаб. Процесът на туристически обмен създава възможности за икономически ръст, стимулира инвестициите в инфраструктурата, което подобрява качеството на живот, води до намаляване на безработицата и развитие на регионите.

През последните години туризмът в световен мащаб е подложен на трансформации и е силно повлиян от тероризмът и зачестилите терористичните актове. Обикновено ефектите от тях са спад в търсенето на туристически услуги, намаляване на международните пътувания, създават негативен имидж на туристическите дестинации, повишаване на мерките за сигурност и безопасност, създаване на ограничения за пътуване, намалява приходите от туризъм.

Предвид геополитическите и туристическите характеристики на България, без съмнение тя би могла да бъде мишена на терористичен акт, който да окаже въздействие върху туризма в краткосрочен и дългосрочен план. Този акт става действителност на 18 юли 2012 г., когато автобус с израелски туристи бе взривен на летище Бургас. Седем са жертвите - загиналите са петима израелци - туристи, един българин – шофьорът на автобуса, атентаторът, а 35 души са ранени. Атентатът получи широк отзвук и беше заклеймен от всички световни лидери и големи световни организации. Месеци наред официалните български власти водят разследване, установява се самоличността на атентаторите, търсят кой стои зад атентата, а израелските официални власти обвиняват за случилото Иран и ливанската шиитска организация “Хизбула”².

Непосредствено след атентата очакванията в туристическия бранш са противоречиви, по отношение на въздействието от терористичния акт върху туризма. Част от туристическите агенции, обслужващи израелски туристи, отчитат до 20% анулирани резервации, други не отчитат такива, а Министерството на икономиката, енергетиката и туризма регистрира 10% ръст на резервациите от израелски туристи в сравнение с предходната 2011 г. и очаква около 150 000 израелци да почиват в страната³.

Целта на настоящия доклад е да се изследва въздействието на терористичния атентат в Бургас върху входящия туристопоток и по-конкретно върху потока на посетителите от Израел.

¹ Участието на авторите е както следва: гл. ас. д-р Даниела Илиева – въведение и заключение; ас. д-р Йордан Нейков – точки 1 и 2.

² Vesti.bg: Две години от кървавия атентат в Бургас – важните дати. <http://www.vesti.bg/bulgaria/2-godini-ot-kyrvaviia-atentat-v-burgas-vazhnite-dati-6017616> (18.04.2016); Dir.bg: Атентатът в Бургас и Хизбула. <http://dnes.dir.bg/temite/tag/atentatat-burgas-118410> (18.04.2016)

³ Economy.bg: Как атентатът в Бургас ще се отрази на туризма у нас? <http://www.economy.bg/home/view/4585/Kak-atentatyt-v-Burgas-shte-se-otrazi-na-turizma-u-nas> (18.04.2016)

1. Тенденции в развитието на входящите туристически потоци и приходите от международен туризъм за България (2007 - 2015 г.)

Обхванатият период за изследване на развитието на туризма в страната е този, в който България е пълноправен член на Европейския съюз (ЕС). Поради тази причина факторът членство в ЕС не оказва съществена роля върху резултатите от проучването. Основният проблем, върху който пада фокуса на разработката е въздействието на терористичния атентат в Бургас върху целия входящ туристопоток (вж. табл. 1) и конкретно върху входящия поток на посетителите от Израел. Наред с атентата, отражение върху българския туризъм оказват група фактори, като световната икономическа криза, геополитически фактори като конфликта в Украйна, конфликтите в Турция, финансовото състояние на Гърция, бежанската вълна, визовите режими и др. Предвид многото съществени фактори, оценката за влиянието на един конкретен от тях, върху целия туризъм на страната, се усложнява. Въпреки това, целта на атентата в Бургас дава възможност да се оцени конкретно въздействие на акта върху българския туризъм. Тази възможност се генерира поради това, че обект на атентата са конкретен тип туристи. Това стеснява предмета на изследването до ниво туристи от конкретна страна емитент, която в този случай е Израел.

Таблица 1. Тенденции в развитието на входящите туристически потоци в България (2007 – 2015 г.)

Година	Посещения на чужденци в България	Туристи	Цел		
			Почивка и ваканция	Бизнес	Гостуване
2007	7 725 747	5 151 283	4 218 713	375 613	75 162
2008	8 532 972	5 779 828	4 765 700	418 374	98 478
2009	7 872 805	5 738 873	3 809 561	1 075 300	151 508
2010	8 374 034	6 047 013	4 227 519	933 501	143 591
2011	8 712 821	6 328 023	4 484 248	971 735	144 308
2012	8 866 552	6 540 839	4 622 710	1 040 488	156 361
2013	9 191 782	6 897 484	4 913 773	1 026 423	194 361
2014	9 408 821	7 310 845	4 531 719	1 217 368	501 478
2015	9 316 624	7 098 794	4 269 102	1 190 496	530 391

Източник на данните: Министерство на туризма

<http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni> (15.04.2016 г.)

Съвкупната картина относно българския туризъм в периода 2007 – 2015 г. показва увеличение в посещенията на чужденци в България, които нарастват от малко над 7,7 млн. до над 9 млн., в рамките на разглеждания период. Най-голям ръст за периода се отчита през 2008 г. с увеличение на посещенията с 10,45 %. Най-голям спад в посещенията се отчита през 2009 г. – 7,74 %, което се обяснява с развитието на световната икономическа криза. Силен ръст в посещенията се отчитат през 2010 г., 2011 г., 2013 г. и 2014 г.

През 2012 г., годината на атентата в Бургас, се регистрира ръст в посещенията на чужденци от 1,76 %. Данните сочат, че от гледна точка на съвкупните посещения на България от чужденци, атентата в Бургас оказва ограничено въздействие, като в годината на акта се отчита ръст и в годината след него се отчита силен ръст в посещенията. Цялостните данни сочат ограничено въздействие на акта спрямо посещенията.

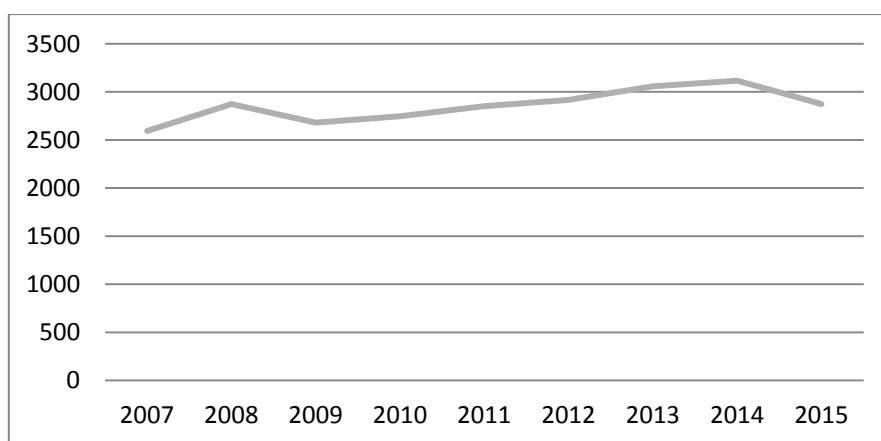
В групата на посещенията влизат всички лица, посетили страната по всякакви причини, включително транзитно преминалите. В тази връзка по-адекватни данни представляват тези, свързани с туристическите посещения⁴. Данните в сферата на туризма се отклоня-

⁴ Заб.: Данните свързани с международния туризъм кореспондират с дефинициите на Световната организация по туризъм (СОТ). За повече информация: Национален статистически институт. Посещенията на чужденци в България и пътуванията на български граждани в чужбина. http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/metadadata/TUR_1_Methodology.pdf (15.04.2016 г.)

ват от цялостните посещения на чужденци в страната. В началото на разглеждания период страната регистрира малко над 5,1 млн. туристи, докато в края на периода те са над 7 млн. Най-голям ръст в броя на туристите отчитаме през 2008 г. – 12,2%, а най-голям спад се отчита не по време на световната икономическа криза, а през 2015 г. (-2,9 %). За разглеждания период има два спада в броя на приетите туристи – 2009 г. и 2015 г. Тези данни показват, че атентатът от 2012 г. няма силно отражение по отношение на съвкупния туризъм в страната. В съответната година ръстът на туристите в страната е 3,36 %, а през следващата 2013 г. ръстът е 5,45 %. Периодът 2010 г. – 2014 г. се оказва благоприятен за развитието на българския туризъм.

В рамките на периода 2007 г. – 2015 г. ситуацията при туристите, посещаващи България с цел почивка и ваканция отново е различна. За пръв път отчитаме спад в три години от разглеждания период: 2009 г., 2014 г. и 2015 г. Най-голям ръст се отчита през 2008 г. с 12,97 %, а най-голям спад в разгара на кризата 2009 г. с -20,06 %. Спадът през 2014 г. и 2015 г. главно се дължи на спад на туристите от Русия, Украйна, Гърция и Германия. През 2012 г. туристите с цел почивка и ваканция се увеличават с 3,09 %, а през 2013 г. с 6,3 %. Данните не показват отлив на туристи на база на атентата в Бургас.

Посещенията в периода 2007 – 2015 г. с цел бизнес и гостуване отбелязват ръст през периода. Бизнес посещенията отчитат спад през три от годините (2010 г., 2013 г. и 2015 г.), най-слаб спад е този през 2013 г. с -1,35 %. Гостуванията нарастват през всяка от разглежданите години с изключение на 2010 г., когато се отчита спад с -5,23 %. От наличните данни не се отчита изразено влияние на терористичния акт по отношение на посещенията с цел бизнес и гостуване.



Фиг. 1. Приходи от международен туризъм за периода 2007 – 2015 г. в млн. €⁵

С цел задълбочаване на анализа по отношение влиянието на акта в Бургас върху входящия международен туризъм на България, са разгледани и приходите от международен туризъм за периода 2007 г. – 2015 г. (вж. фиг. 1). Най-голям ръст на приходите от туризъм се отчитат през 2008 г. с 10,79 %. При приходите от международен туризъм откриваме разлика в тенденциите от тези при посещенията. Годината, в която се регистрира най-голям спад в приходите не е 2009, а 2015 г. Това са единствените години, в които приходите са намалели спрямо предходната година. От гледна точка на атентата в Бургас, чиито обект бяха чуждестранни туристи в България, осъществен през 2012 г. не се забелязва спад в приходите от туризъм. В съответната година приходите се увеличават с 2,25 %, а през следващата се отчита ръст от 4,86 %. Следователно, терористичният акт в България не е оказал съществено въздействие върху развитието на входящия туризъм в страната. Периодът между 2010 г. и 2014 г. е стабилен по отношение на приходите от туризъм.

От представените данни за развитието на туризма на страната в периода 2007 –

⁵ Заб.: Източник на данните: Министерство на туризма. Статистически данни за международен туризъм в България <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni> (15.04.2016 г.).

2015 г. могат да бъдат изведени следните обобщения:

- Българският туризъм има силен темп на развитие до появата на световната икономическа криза. За 2008 г. се отчитат над 10% ръст в посещенията на чужденци в страната; над 12 % повече туристи спрямо предходната година; посещенията в страната с цел почивка и ваканция се увеличават с близо 13 %.
- В рамките на разглеждания период туристите, посетили страната ни се увеличават от 5,2 млн. до 7,1 млн.
- Най-големи колебания се отчитат по отношение на туристите, посетили България с цел почивка и ваканция, като в три от разглежданите години се регистрира спад (2009 г., 2014 г. и 2015 г.).
- Туристите, посещаващи България с цел бизнес или гостуване значително се увеличават в рамките на периода 2007 – 2015 г.
- За пръв път след появата на световната икономическа криза се отчита спад в приходите от международен туризъм през 2015 г.
- Атенатът в Бургас срещу група израелски туристи не оказва съществено въздействие по отношение на входящите туристически потоци.

Терористичният атентат на територията на България генерира лош имидж на страната по отношение на сигурността на международните туристи. Въпреки това щетите от този атентат са ограничени по отношение на брой посетители и приходи от международен туризъм.

2. Тенденции при входящите туристически потоци в България със страна емитент Израел

След като данните за входящите туристически потоци и данните за приходите от международен туризъм не показват съществено въздействие на атентата в Бургас върху съвкупния туризъм, проследяваме входящият туристопоток със страна емитент Израел. Изборът на тази страна се обуславя от обекта на акта, който е израелски туристи. Изследването на пристигащите израелски граждани показват дали те възприемат България като опасна страна и намалили са пътуванията до държавата ни. Данните за посетилите България израелски граждани са представени в табл. 2.

Таблица 2. Граждани посетили България със страна емитент Израел за периода 2007 - 2015 г.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Посетители от Израел	109588	105882	106825	131144	138951	95586	101222	129961	155276

Източник на данните: Национален статистически институт

<http://www.nsi.bg/bg/посещения-на-чужденци-в-българия-по-месеци-и-по-страни> (18.04.2016)

За целия разглеждан период в две от годините се отчита спад в посещенията. Първият спад е през 2008 г. от -3,38 %, а вторият е през 2012 г. от -31,21 %. Данните ясно показват, че терористичният акт на територията на България директно е повлиял на входящите туристически потоци от Израел. Най-голямо увеличение за разглеждания период имаме през 2014 г. от 28,39 %, когато започва възстановяването на туристопотока на равнищата преди атентата. Отчита се, че 2012 г. и 2013 г. са под влиянието на терористичния акт.

Предвид това, че Израел е на 12^{то} място⁶ по брой туристи, посетили страната ни за 2015 г., терористичен акт спрямо израелска група туристи оказва влияние в размер на над 30 % спад. Терористичният акт отнема възможността на туризма да генерира по-висок ръст, тъй като делът на израелските туристи от всички пристигнали туристи в България през 2015 г. е 2,18 %. Отчитайки спад от 30 % в група туристи, които представляват близо 2,2 %

⁶ Министерство на туризма: Международен туризъм – България (Януари – Декември 2015 г.): http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2016-03/bg_tourism_january-december_2015_pl_balance_january-december.pdf (18.04.2016).

от всички пристигнали в страната туристи, България губи възможност да генерира по-висок ръст от отчетените през 2012 г. брой пристигнали туристи. През 2015 г. броят на пристигналите граждани от Израел се е възстановил напълно до ниво от 155276 посетителя. През 2011 г. Израел е на 13 позиция като страна, излъчваща туристи за България. В годината на атентата позицията на Израел пада до 16^{то} място, като това е единствената година, в която туристите от Израел са под 100 хил.

От изложените данни става ясно, че терористичният атентат пряко влияе на броя туристи, излъчени от Израел към страната ни. Необходими са две години на българския туризъм да възстанови нивата на израелски туристи до тези преди атентата. През 2015 г. отраженията са в историята на българския туризъм.

Заклучение

Статистиката отчита добри резултати за туризма и нарастване на туристическия поток от чужденци към страната за периода 2007 г.-2015 г.

Изследвайки влиянието на терористичния акт в Бургас върху входящия в страната туризъм, отчитаме неговото ограничено въздействие.

Задълбочавайки изследването и фокусирайки се върху входящите от Израел туристически потоци, се регистрира явно изразен спад в годината на атентата. Необходими са две години за възстановяването на туристическите потоци от Израел. През 2015 г., макар резултатите в туризма да са негативни, страната ни е преодолела последиците от терористичния атентат в Бургас.

Днес други фактори оказват влияние за негативната визитка на България като туристическа дестинация. Сред тях биха могли да бъдат посочени неуредици с резервациите, фалити на туроператори, лоша инфраструктура, не достатъчно добро ниво на обслужване, презаселване на курортите, незаконно строителство, лоша храна и др.

Без съмнение терористичният акт на територията на България генерира лош имидж на страната като туристическа дестинация по отношение на сигурността на международните туристи. Въпреки това щетите от този акт са ограничени по отношение на брой посетители и приходи от международен туризъм.

Използвана литература:

1. Baker, David Mc. A. "The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry," *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*: 2014, Vol. 2: Iss. 1, Article 9. <http://arrow.dit.ie/ijrtp/vol2/iss1/9/>, (15.04.2016 г.)
2. Bnr.bg: Сигурността – най-важната предпоставка за развитието на България като туристическа дестинация. <http://bnr.bg/radiobulgaria/post/100225709/sigurnostta-nai-vajnata-predpostavka-za-razvitiето-na-bylgariya-kato-turisticheska-destinaciya> (18.04.2016)
3. Dir.bg: Атентатът в Бургас и Хизбула. <http://dnes.dir.bg/temite/tag/atentatat-burgas-118410> (18.04.2016)
4. Economy.bg: Как атентатът в Бургас ще се отрази на туризма у нас? <http://www.economy.bg/home/view/4585/Kak-atentatyt-v-Burgas-shte-se-otrazi-na-turizma-u-nas> (18.04.2016)
5. News.dir.bg: За тероризма срещу туризма. <http://trip.dir.bg/news.php?id=6054792> (18.04.2016)
6. Vesti.bg: Два години от кървавия атентат в Бургас – важните дати. <http://www.vesti.bg/bulgaria/2-godini-ot-kyrvavii-a-atentat-v-burgas-vazhnite-dati-6017616> (18.04.2016)
7. Министерство на туризма. Статистически данни за международен туризъм в България. <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni> (15.04.2016 г.)
8. Министерство на туризма: Международен туризъм – България (Януари – Декември 2015 г.): http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2016-03/bg_tourism_january-december_2015_pl_balance_january-december.pdf (18.04.2016).
9. Национален статистически институт: Посещения на чужденци в България по месеци и страни. <http://www.nsi.bg/bg/content/1969/posещения-na-чужденци-v-bългария-по-месеци-и-по-страни> (18.04.2016)
10. Национален статистически институт: Посещенията на чужденци в България и пътуванията на български граждани в чужбина. http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/metadata/TUR_1_Methodology.pdf (15.04.2016 г.)

ПРОБЛЕМИ И КОНФЛИКТИ В РАЗВИТИЕТО НА КУРОРТА ЗЛАТНИ ПЯСЪЦИ

Александър Николаев Мъглов
Специалност "Международни икономически отношения", 3 курс
Икономически университет - Варна

1. Въведение

Курортният комплекс Златни пясъци е разположен в северната част на Черноморското крайбрежие, на около 17 км северно от град Варна, което улеснява транспортната достъпност до курорта. Локализиран в територията на Националния парк "Златни пясъци", ландшафта на курорта включва уникални видове дървета и растения. Притежава 3,5 км качествена плажова ивица с широчина, достигаща на места 100 м. Средната температура на въздуха през лятото е 27 С, а на водата — 24'С. Комплексът разполага с 61 хотела, 10 луксозни вили и 200 къмпингови места, както и многобройни ресторанти, заведения за бързо хранене, барове и др. Капацитетът на легловата база е 20 хиляди легла, като делът на хотелите е 1/3. Морският сезон е с продължителност 90-120 дни, а сред туристите преобладават тези от Германия, Русия, Великобритания.

2. Анализ на проблемите в "Златни пясъци"

2.1. Материално-техническа база

Съоръжеността на туристическата база в Златни пясъци със съвременна техника и технологично оборудване е на незадоволително равнище и изостава от еталонните постижения в развитите туристически страни. Степента на електронизация на използваните машини и съоръжения е недостатъчна, ограничена е автоматизацията на тежките и непривлекателните страни на производството и реализацията на туристическите услуги.

Наличната техника и оборудване не допринасят за оптималното използване на прогресивни форми на обслужване и за реализацията на някои трайни положителни тенденции в туристическото обслужване внедряване на нови технически форми и технологии на обслужване и производство, интеграция с други отрасли на националното стопанство и др. Техничко-технологичното равнище се понижава и от ниския коефициент на типизация на възрастовата структура на наличната техника и оборудване. Коефициентът на типизация към 1993 г. е 50%. Същевременно 30-35% от техниката и оборудването са морално и физически износени.

Освен в техническо отношение материално-техническата база в Златни пясъци изостава от еталонните постижения и по отношение на нейната структура:

~ заведения за нощуване

В категорийно отношение преобладават леглата в заведенията за нощуване с "2" и "3" звезди. Но направените проучвания показват, че голяма част от легловата база на Златни пясъци не отговаря на дадената ѝ категоризация. Например около 40\$ от леглата в хотели "3 звезди" не отговарят на изискванията на звездната категоризация. Същевременно са допуснати слабости в прилагането на механизма на ценообразуване, което още повече засилва несъответствието между категорията и реално предлаганите условия и услуги.

Друга слабост на легловата база на Златни пясъци е, че има ярко подчертан сезонен характер. Само около 3 — 5% от базата е пригодена за целогодишна експлоатация. Във възрастово отношение преобладава базата с над 20 години експлоатация. Процесът на обновление е бавен.

~ заведения за хранене

С тенденция е търговската площ на заведенията за хранене и местата за сядане в тях да нарастват с темпове, изпреварващи неколккратно тези на развитието на останалите елементи на материално-техническата база (легла, инфраструктура и т.н.). В комплекса преобладават ресторанти и битови заведения, като повечето от тях освен функциите на заведе-

ния за хранене изпълняват и функциите на заведения за развлечения, което оказва негативно влияние върху тяхната рентабилност. Друга слабост са формираните цени, които не отговарят в повечето случаи на спецификата на основния туристически поток у нас.

Изоставането в техническо равнище и ограниченото използване на научно-техническите постижения както в експлоатацията и поддържането, така и в управлението на транспортните средства и транспортното обслужване понижават качеството на тази дейност, ограничават нейната социална и икономическа ефективност.

2.2. Качество на предлагания туристически продукт

Качеството на туристическия продукт представлява сложен синтез от свойства и характеристики, обуславящи степента на тази способност, срещу която производителят (продавачът) очаква да постигне конкурентна цена и максимален обем и висока степен на ефективност от пазарната реализация на продукта. Характерни негови черти са, от една страна, неговата комплексност, т.е. то зависи от качеството на отделните, формиращи туристическия продукт, услуги — хотелиерски, ресторантьорски, спортни, информационни, транспортни, търговски и др., а от друга, силният субективен характер на неговата оценка вследствие от нематериалната същност на туристическите услуги и голямото разнообразие на туристическото търсене. Комплексната оценка на туристическия продукт, предлаган в “Златни пясъци” от гледна точка на потребителите показва, че то е по-ниско в сравнение с качеството на продукта на основните страни — конкуренти на международния туристически пазар — Гърция, Турция, Швейцария, и че не отговаря на нарасналите изисквания на потребителите. Особено тревожно е състоянието на качеството в дейност “Хранене”. Този елемент на туристическото предлагане формира 22 -26% от комплексната оценка на качеството на туристическия продукт, а се оценява най-ниско от потребителите. Основни определящи качеството компоненти са: любезност, приветливост и отзивчивост на обслужващия персонал, коректност в сметките, езикова и професионална подготовка на персонала, предлагане на национална кухня, типова структура на заведенията.

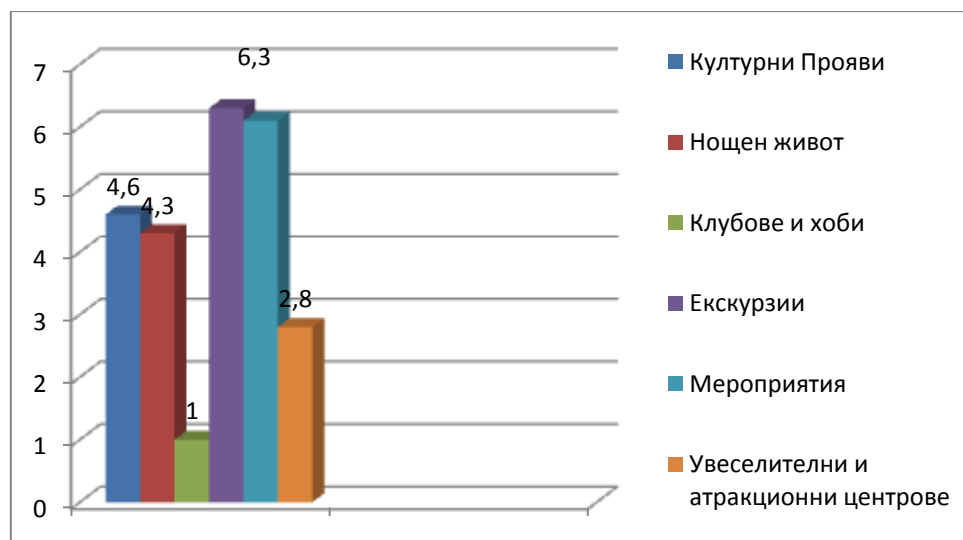
Посочените основни компоненти на качеството се оценяват от потребителите на сравнително ниско равнище.

Друг определящ комплексната оценка на качеството на туристическия продукт елемент е дейност “Заведения за нощуване”. Под негово въздействие се формират 21% от комплексната оценка. То като цяло се оценява на средно равнище в сравнение с конкуренцията равнище. При заведенията за нощуване най-ниско се оценяват от потребителите на “Златни пясъци”: възможностите за развлечения и анимация в хотела; асортиментът и акуратността на изпълнение на предлаганите допълнителни услуги; функционалността и комфортът в хотелската стая и др.

При морският рекреативен туризъм определящи за формирането на комплексната оценка на качеството на туристическия продукт са и възможностите за спорт и развлечения. Под тяхно въздействие се формират 25 — 35% от комплексната оценка. Те се оценяват от потребителите също така като незадоволителни. Най-критикувани са: липсата на клубове по интереси, ограничеността на атракционно-увеселителните и игрално-занимателните заведения и центрове, ограниченото предлагане на възможности за други освен за основните за сезона спортове и др. В Диаграма 1 е представено нивото на качеството на развлеченията в комплекса по десетобалната скала.

Посочените три елемента формират 70% от комплексната оценка на качеството на туристическия продукт. За съжаление и другите елементи на предлагането — търговията, транспортът и т.н., се оценяват от потребителите по-ниско от тези на конкуренцията. Основни причини за това могат да се посочат: по-ниският стандарт на базата, по-ниската култура на обслужване, по-ограниченото предлагане на стоки и услуги в сравнение с това в курортите на Гърция, Турция и др.

Недостатък е и предлагането на масов туризъм в комплекса “Златни пясъци”. Последните за комплекса се изразяват в следното:



Фиг. 1. Ниво на качеството на развлеченията по десетобалната скала

- силна пространствена поляризация в туристическото усвояване на ресурсите
Гъстотата на леглата в различните средства за подслон в курорта е сравнително над средната величина за страната.
- силно изразена времева поляризация на туристическото потребление
Тя е резултат от природно и институционално обусловената сезонност --по правило масовите “пекидж” турове се разработват за дълготрайния отдих (морските ваканции).
- нарушено екологично равновесие в средата за масов туризъм
То е резултат от наслаждането на времето и пространствената поляризация.
- конкуренция с ниски цени
Идентичността на продукта, състоящ се от една и съща комбинация — плаж-хотел-атракция, прави туристическите дестинации взаимозаменяеми (Krippendorf, 1990) и лесно податливи на натиск за намаляване на цените.

2.3. Маркетингова политика

Маркетингът е философия и икономическа политика, която трябва да обслужва предприятията и фирмите в техния стремеж за реализация на максимални печалби чрез задоволяване на потребителите, а не само чрез обема на продажбите. Той е системата от нови форми и средства за конкурентна борба, тъй необходима на съвременния етап на развитие на производителните сили в световен мащаб, когато борбата за пазари и за тяхното запазване става особено остра.

В тази насока е наложително периодичното извършване на маркетингови проучвания с цел да се идентифицират и анализират ключовите моменти, свързани с даден пазар и неговата среда. С помощта на сравнителния метод, като общ научен метод могат да се изведат изводи въз основа на маркетинговата практика на туристическата фирма “Златни пясъци - АД”.

Съставна част на естествения управленски цикъл е съпоставянето на фактическите резултати от фирмената дейност с очакваните, при което се определят и фирмените пазарни приоритети. Всяко разминаване между реален резултат и заложените очаквания след анализ налага преориентиране на политиката, смяна на инструментариума и преразпределение на ресурсите съобразно новите приоритети.

При анализиране структурата на основните потребители може да се установи значението на съответните пазарни дялове. Проследявайки динамиката на сектор Германия за периода 1991-1994 г. проличава, че несъответствието между теория и практика се задълбочава. Това може да се установи с помощта на сравнителния анализ и с прилагането на системата от показатели за отчитане значението на всеки пазарен сектор чрез неговото дялово

участие съответно: в договорения брой легла, в броя на преминалите туристи, в броя на туродните и във валутните приходи за периода 1991-1994 г. Въз основа на посочената система от показатели се генерират варианти за оптимизиране на пазарната структура. Фактическите резултати и тези, получени от оптимизирането на пазарната структура за пазарен сектор Германия.

Таблица 1. Значението на пазарен сектор Германия в “Златни пясъци - АД”, сезон 1994 г.

Основни показатели за курорта	“Златни пясъци”	
	фактически	оптимизирани
Договорени легла, в %	48	28
Дял към общия брой		
на туристите в %	49	30
Туродни в %	56	35
Валутни приходи, в %	57	33

Както се вижда от таблицата за периода 1991-1994г. делът на пазарния сектор Германия, проследен чрез основните икономически показатели, нараства драматично и придобива определящо значение за дейността на “Златни пясъци — ЛД”. Очерталата се тенденция на растежа на този пазарен сектор обезпокоително придобива монополен характер върху осъществяването на управленските функции на фирмено ниво. Подобна зависимост намалява гъвкавостта на фирменото поведение, ограничава полето на оперативното действие и увеличава вероятността за отрицателен синергичен ефект, основан на повишените бизнес-рискове.

Важен компонент на маркетинга е ценовата политика. Необходимо е да се предприемат действия за следване на тенденцията за агресивно ценообразуване, в съответствие с предлаганото качество.

2.4. Екологични проблеми

Основното измерение на бъдещия растеж на туризма е екологичната ориентация. Тя намира израз както в търсенето на нов туризъм, наричан “еко”, “зелен”, “мек”, “устойчив”, “хармониращ с природната среда”, така и в ново екологично поведение на туристите и ново отношение към рекреационно-туристическата среда на всички организации, които са пряко или косвено свързани с туристическата дейност.

Туризмът в комплекса “Златни пясъци” има отрицателен ефект върху околната среда: разрушаване на туристически ресурси (прекомерната концентрация на високи хотели край плажовете), замърсяване на морската акватория и плажната ивица. Стратегиите за опазване на околната среда са жизненоважни за намаляване на отрицателното влияние от туризма. В дългосрочен план те са рентабилни, защото осигуряват продължение на туристическата дейност в бъдеще. В тази насока концепцията за “ресурсния капацитет” е твърде важна за устойчивото развитие на комплекса. Матисън и Уол (1982 г.) дефинират ресурсния капацитет като “максималният брой туристи, които могат да бъдат обслужени, като рекреационните ресурси се използват напълно, без да се уврежда околната среда. Ограниченията на капацитета могат да бъдат физически (пренаселване, видимо влошаване на екосистемите) или социо-културни (неприемливи промени в местния стил на живот)”.

3. Стратегически цели

Въз основа на анализа на по-важните проблеми и конфликти, съпътстващи развитието на курортен комплекс “Златни пясъци”, акцентът беше поставен главно на следните:

- 1) моноструктурно развитие на туризма (преимуществено развитие на морски рекреативен туризъм, преобладаващ дял на сезонния туризъм, приоритет на организирания туризъм);
- 2) утвърждаване монопола на чуждите туроператори;
- 3) продуктова вместо пазарна ориентация;
- 4) несъответствие между цена — качество;

- 5) еднотипност на предлагането;
- 6) отсъствие на дългосрочна стратегия и политика;
- 7) лоша организация;
- 8) лошо поддържане и качество на инфраструктурата;
- 9) липса на средства за иновации на остарялата туристическа база;
- 10) бавна, без яснота приватизация;
- 11) нестабилна обстановка в страната;
- 12) стихийно развитие на частния бизнес;
- 13) свит вътрешен пазар;
- 14) оскъдна туристическа информация и реклама;

Генералната стратегическа цел на развитието се изразява в комплексно развитие на туризма на основата на съвременните постижения на научно-техническия прогрес, стимулиращо развитието на международния туризъм като високоефективен и валутоносец откъсъл. Основни подцели на стратегическото развитие са:

- комплексно подобряване на качеството и достигане стандарта на водещите туристически страни;
- провеждане на гъвкава пазарна политика;
- ориентиране на туристическото предлагане съобразно тенденциите на развитие на туристическото търсене;
- коренно преустройство на материално-техническата база на повечето хотелски бази;
- регулиране на такива взаимоотношения, които имат отношение към граничния и визов режим на пребиваващите в страната туристи, екологическите проблеми и движението "Син Флаг", концесиите за плажовете;
- нов механизъм е необходим за регулиране, на процесите, свързани с подготовката и квалификацията на работещите в сферата на туризма;

4. Заключение

На практика, за разрешаването на проблемите от макроравнище е необходимо не само прилагането на стратегии и закони, но и цялостна промяна в мисленето и отношението на туристическите фирми и агенти към "новия" турист, изразяваща се в следното:

- непознаване и неразбиране на туристическата клиентела. Руският турист се третира като богат, щедър и непретенциозен; германецът е беден и капризен; скандинавецът е постоянно в "нетрезво" състояние; французинът е стиснат и досаден. Всички националности консумират повече, отколкото е нужно при изхранване на "бюфет".
- съзнателни компромиси с качеството на продукта. Правят се икономии на асортимент и количество с цел бърза печалба.
- продажба на стоки, а не на услуги. Прилага се по-скоро стандартен, отколкото индивидуален подход към различния клиент.
- стремеж към изравняване цените на стоките и услугите в туристическото място с цените на същите в постоянното местожителство на туриста.
- целенасоченото игнориране на фирмените човешки ресурси води до демотивиране на кадрите за качествено туристическо обслужване.

Използвана литература:

- Велас, Фр. и Лайонел, Б., Международен туризъм, 1998
- Лозанов, Е., Анализ на туристическата дейност, С., 1995.
- Българският туризъм и пазарната икономика, ИУ-Варна, 1995.

Доклади и изказвания от Международната конференция по Европейска програма "Темпус", в., 1994.

- сп. "Известия", ИУ-Варна, 1997.
- сп. "Туристически пазар", 2001.

КОМПАРАТИВЕН АНАЛИЗ НА ОБСЛУЖВАНЕТО В ХОТЕЛИТЕ НА МЕЖДУНАРОДНО НИВО

Велислав Ивелинов Иванов

Специалност *“Международни икономически отношения”*, 3 курс
Икономически университет - Варна

В настоящия доклад ще бъде представен компаративен анализ на обслужването в два сходни хотела – един в България и един в чужбина. Хотелите, които ще бъдат сравнявани са Lighthouse Golf and Spa Resort 5* и Pomegranate Wellness and Spa Resort 5*.

Обслужването на клиенти е съвкупност от дейности, осъществявани в процеса на изпълнение на поръчка за удовлетворяване на потребностите на клиентите, с цел създаване у клиента на представата, че с дадена организация се работи леко и приятно. Целта на компаративният анализ е да изтъкне силните и слабите страни в обслужването на два хотела със сходни характеристики и по този начин да помогне в избора на най-удачното място за почивка на туриста. В докладът ще бъдат представени цялостни характеристики на конкуриращите се хотели, а също така ще бъдат сравнени стандартите и удобствата, които се предлагат за клиентите. В заключение ще бъдат съпоставени силните и слабите страни на управление и ще бъде формулирано заключение, което обобщава компаративния анализ.

1. Хотел Lighthouse Golf and Spa Resort 5*

Лайтхаус Голф & СПА хотел е най-новото допълнение към комплекса в Балчик и е разположен върху впечатляващо плато на върха на белите скали със спираща дъха гледка към Черно море. За ценителите на стила и елегантността хотелът предлага 180 луксозни стаи с великолепен изглед, всяка с площ от 30 кв.м. Интериорите в Лайтхаус Голф & СПА хотел са деликатни и класически. Светли цветове като бяло, кремаво и златно символизират спокойствието и целогодишното слънце. Всички стаи в хотела имат собствени тераси и панорамни прозорци гледащи към зеленото голф игрище или тъмносиньото море. Всяка стая е кътче от рая, предлагаща всички удобства присъщи за категорията на хотела- телевизор с плосък екран, удобни италиански легла, работен кът, високоскоростен интернет връзка и просторна баня с душ и вана.

Гостите на хотела могат да избират между 6 луксозни президентски апартамента, клубни апартаменти и 156 изключителни двойни стаи или туин стаи с отделни легла.

Следните характеристики са стандарт за всяка стая в Лайтхаус Голф & СПА хотел: тераса; гледка към градината, басейна, голф игрището или морето; просторна луксозна баня с отделен душ и вана; халати за баня и пантофи; минибар; климатизация; сателитна телевизия; двупосочна линия с директно избиране; услуга за пране; румсървиз; безжичен интернет достъп.

Хотелът осигурява отлични условия за организиране на мероприятия от различен характер ; конференции, семинари, работни срещи, бизнес форуми, презентации, изложби, фирмени обучения и тържества. В хотел Лайтхаус Голф & СПА работят хора, отговарящи на изискванията за 5 звезден хотел. Ръководството на хотела има за цел да надгражда уменията и знанията на хората работещи там. По този начин се създава взаимно доверие между работодателя и работещите и те нямат причина да напускат, а само желание да се развиват.

2. Pomegranate Wellness and Spa Resort 5 *

Хотел Pomegranate Wellness and Spa Resort 5 * се намира в нашата южна съседка – Гърция, и по точно в Халкидики. Полуостров Халкидики се счита за една от най-зрелищните туристически дестинации в северна Гърция. Той има форма наподобяваща тризъбец, което прави мястото още по интригуващо за туристи. The Pomegranate Wellness Spa Hotel е разположен на западното крайбрежие на полуострова.

Хотелът разполага с 130 елегантни стаи, за направата на които са използвани пър-

вокласни материали и кожи в Средиземноморски стил. За да е пълна идилията, всяка стая разполага със собствена тераса, от която се виждат прекрасните градини и уникалната гледка към морето. Освен това всяка стая притежава собствена баня с мраморен дизайн и вана.

Освен големия брой луксозни стаи, хотелът разполага и с големи конферентни зали, подходящи за различни видове конференции семинари и бизнес лекции.

	Lighthouse Golf and Spa Resort	Pomegranate Wellness and Spa Resort
Период на експлоатация	сезонен	сезонен
Териториално разположение	морски	морски
Предназначение	Голф и СПА комплекс	СПА и уелнес комплекс
Категория	5*	5*

По данните изкарани в по-горната таблица виждаме, че двата хотела са със сходни показатели. И двата работят сезонно, и двата за разположени на крайбрежието и предлагат спа процедури.

Ако говорим за капацитет ще забележим, че българският представител има сравнително предимство във брой стаи, а именно 180 срещи близо 130 на гръцкия си конкурент. Дали обаче броя на стаите е най-важното нещо когато става въпрос за сравняване между два хотела? Когато туристите избират място за своята почивка най-важното нещо което те гледат е именно съотношението цена - качество. В конкретният случай разглеждаме два 5 звездни хотела, което по подразбиране означава, че качеството на продукцията е на високо ниво. Как стоят обаче нещата с цените?

Тип стаи	Lighthouse Golf and Spa Resort	Pomegranate Wellness and Spa Resort
Двойна стая	160 BGN = 80 Euro.	300 Euro.
Апартамент	280 BGN = 140 Euro.	410 Euro.
Мезонет	500 BGN = 250 Euro	640 Euro.

Оказва се, че от гледна точка на предлагана продукция, двата хотела са със сходни показатели, но по отношение на цените нещата не са съвсем същите. Възможно е тази разлика да се дължи на разликата в стандарта на живот в двете различни държави. От гледна точка на туриста обаче, цената не е единственото нещо, на което трябва да се обърне внимание когато се избира място за почивка. Трябва да се имат предвид всичките услуги и неща които са на разположение на гостите по време на престоя им.

В Lighthouse Golf and Spa Resort туристите могат да се възползват от самостоятелна тераса, телефон, кабелна телевизия, телевизор с плосък екран, сейф, климатизация, вана, минибар и румсервиз. Освен това хотелът разполага с външен и вътрешен басейн, който е на разположение на гостите като ползването му е включено в цената за нощувката.

Pomegranate Wellness and Spa Resort от своя страна предлага на своите клиенти огромен спа център на територията на хотела, вътрешен и външен басейн, обособена зона на плажа само за гости на хотела, различни видове плажни барове, водни спортове и програми, фитнес център, футболно игрище, стая за игри, бiliarд и конферентен център.

Ако трябва да съпоставим двата хотела по отношение на забавления, които предлагат за своите клиенти, мисля че Pomegranate Wellness and Spa Resort има известна преднина пред своя конкурент поради по-голямото разнообразие от услуги които предлага.

Както знаем българското и гръцкото крайбрежие са едни от предпочитаните дестинации в Европа през лятото, поради изключителната природа и забележителности, които двете държави предлагат. Затова конкуренцията в сферата на туризма е изключително висока. Особено в случаи, в които се сравняват два сходни хотела, дори и най-малката подроб-

ност би била решаваща в избора на туриста, който се опитва да реши къде да прекара своята лятна ваканция. Поради тази причина е редно да се изтъкнат силните и слабите страни на двата хотела по отношение на обслужването на клиенти.

3. Силни и слаби страни в обслужването на двата хотела

	Лайтхауз Голф и СПА хотел	Pomegranate Wellness Spa Hotel
Чистота	8.9	9.6
Комфорт	9.2	9.3
Разположение	8	8.7
Удобства	8.7	9.4
Персонал	7.3	8.9
Съотношение цена/качество	8.3	8.2
Безплатен WiFi	4.9	7.5

Това са данни директно взети от сайтовете на двата хотела, като е използвана десетобалната скала за оценяване. Оказва се че по изброените показатели двата хотела са почти със сходни характеристики, като Pomegranate Wellness Spa Hotel води със съвсем малко в почти всички критерии.

Последните години въпросът с паркинг местата е нашумял, а именно че те са крайно недостатъчни не само по летните курорти, а и като цяло. За щастие двата хотела са успели да се справят с този проблем като на разположението на гостите и на двата гранда има огромен паркинг за клиенти на хотела. Той е безплатен за гости и в двата хотела, но трябва да се направи депозит, който при напускане бива върнат. В Lighthouse Golf and Spa Resort депозита е 150Euro, а в Pomegranate Wellness Spa Resort е 300 Euro.

Заклучение

От компаративния анализ бяха изведени характеристиките на двата хотела по отношение на предлагани услуги, капацитет, цена и качество. Бяха изразени силните и слабите страни в управлението и бяха сравнени различен вид показатели като чистота, персонал и интернет достъп. Като заключение можем да кажем, че Lighthouse Golf and Spa Resort 5* и Pomegranate Wellness Spa Hotel 5 * са два хотела със сходни показатели. И двата хотела са на разположение на своите гости през лятото, и двата хотела предлагат висок брой луксозни стаи и апартаменти както и различни видове забавления за своите гости. Една от съществениите разлики, които забелязваме в компаративния анализ е цената на стаите и апартаментите в двата хотела. Фактът, че гръцкият представител има почти двойни цени за същите услуги, които предлага българският хотел се дължи да разликата в стандарта на живот в двете страни. Въпреки това, не можем да изключим факта, че и двата хотела се намират на изключително атрактивни места, което прави избора още по труден. От гледна точка на предимствата и недостатъците хотелите са със сходни показатели, което означава че, ако клиентът трябва да избира къде да прекара своята почивка и се колебае между тези два хотела, то би му било изключително трудно да избере. Лично мое мнение е, че хората биха предпочели да прекарат своята ваканция в Lighthouse Golf and Spa Resort 5* защото не мисля, че те ще се лишат от нещо, което биха получили и в Pomegranate Wellness Spa Hotel 5* при това за двойно по-малко пари. Компаративният анализ е удобен както за сравнение на хотелите в международно отношение, така и за обикновения турист, който цели да избере най-удачния вариант за своята почивка.

Източници:

<http://www.pomegranatespahotel.com/>

<http://www.lighthousegolfresort.com/bg>

SLUM TOURISM - КОГАТО БЕДНОСТТА СТАВА ЗАБЕЛЕЖИТЕЛНОСТ

Яна Стоянова Енева

Специалност "Международни икономически отношения", 4 курс
Стопанска академия "Димитър А. Ценов" – Свищов

1. Въведение

За някои хора пример за хубава почивка е посещение на металната конструкция на Айфеловата кула, а някои виждат възвишеност във фавелите¹ на Рио-де-Жанейро. Така възниква явлението *slum tourism*, около етичността на което се водят дискусии, протъркват се множество журналистически пера и се водят ожесточени спорове.

Нарича се още "бедняшки туризъм" и "туризмът на бордеите". Английският термин е **slum tourism** и произлиза от **slum** (произнася се *slʌm*, от ирландски - "мизерен квартал") - беден пренаселен квартал, или като глагол - обикалям бедните квартали с благотворителна цел или от любопитство. Синоними на *Slum* са *trailer park*² в САЩ, фавела в Бразилия, коптор в България. Става дума за възникналото във Викториански Лондон, после пренесено в Америка посещение на предградията, наречено слъминг (*slumming*), което днес в места като Мумбай се е превърнало в атракция за туристи (*slum tourism, poorism, reality tours*). Пътешествениците опознават "тъмната страна" на градовете, където живеят много хора в мънички постройки, няма осветление, вода, канализация, деца в окъсани дрехи ровят в камари боклук, където условията са антисанитарни и шанса да бъдеш ограбен е много голям...

2. Как бедността става популярна? История на Slum туризма.

18-годишният младеж Джамал успешно играе в шоуто "Как да станеш милионер?" и е близо до печалбата 400 хиляди долара, когато го арестуват за подозрение за мошеничество... Способността на момче от улицата да отговаря на сложни въпроси предизвиква интерес. Обяснявайки своите познания Джамал разказва за особеностите на своя живот в гетата на Мумбай.... Това е популярният филм "Беднякът- милионер" на британския режисьор Дани Бойл от 2008 година, носител на 8 премии "Оскар". Филмът става двигател за развитието на бедняшкия туризъм и привлича вниманието на туристите от различни страни върху един от най-бедните райони на Азия – Мумбай и сега Индия е един от центровете на този вид туризъм.

Метеоритният световен успех "Беднякът милионер" хвърля ярък холивудски прожектор върху "бедняшкия туризъм" - едно от най-противоречивите ъгълчета във вселената на пътешествията. Екскурзиите из бедняшките квартали са популярни и преди завъртането на лентата, но след това стават истински хит.. Всички говорят за филма, казва екскурзоводът Ганеш Тиконкар от фирмата *Reality Tours & Travel*, която развежда дневно 50 души в най-голямото гето на Мумбай Дхарави, в което живеят 1 млн. души. Удоволствието струва 800 рупии (около 13 евро). При обиколката непременно се спира до 6-те тоалетни които обслужват 16 000 души, и реката, която е толкова черна и отровна, че се е превърнала в тинесто блато. "Филмът е просто приказка. Турът показва колко нещата са по-тъмни и по-мръсни в действителност", казва пенсионерът Бил Алвес от Сиатъл, който е посетил Мумбай, след като е гледал филма.

Истинското начало на "бедняшкия" туризъм започва през 1992 г. в Бразилия, когато младежът Марчело Армстронг завежда малка група туристи в Росиня, най-голямата фавела в Рио де Жанейро. Бизнесът му потръгва и той основава фирмата *Favela Tour*, чиято дейност

¹ (на португалски: *favela*) е гъсто заселен беден квартал в градове на Латинска Америка, често разположен на склонове на хълмове и планини. Жилищното и общественото строителство в тях е без градоустройствен план, отсъства развита градска инфраструктура и поради липса на перспектива за бедните при капитализма, с високо равнище на престъпност. Първоначално колибите биват строени от намерени отпадъчни материали - дъски, туби за бензин, пръчки. Постепенно жителите дострояват с по-стабилни строителни материали.

² *Trailer park* е стереотип на (временни) квартали, заселени от бедни американски граждани. Обитателите на *Trailer park* са с нисък социален статус, спят във фургони и каравани и често сменят местожителството си.

днес копират редица компании. Гетата са много характерни за града, защото в тях живее 20 на сто от населението му. В тези квартали цари власт, паралелна на държавата. Банди и наркотрафиканти диктуват условията, така че в тях дори полицията не стъпва. Фирмите обаче са намерили начин да осигурят сигурността на туристите. Шефът на Local Tours Луис Фантоси признава, че поне веднъж годишно отказва екскурзии по съображения за сигурност. Туристите обаче търсят точно такива преживявания. Цените на слам-туристическите екскурзии варират от от \$5 до \$20. Често тези пари отиват за благотворителни фондове за подобрене на стандарта на живот и образование на хората, живеещи в бедни квартали.³

3. Къде вирее Slum туризмът?

➤ Мумбай, Индия

Мумбай е изключително благодатен за подобен вид туризъм. В мегаполиса живеят 20 млн. души, девет от които в гета. Вече се строят дори колиби около летищата, като самолетите често има опасност да бутнат някой бедняк. Фирмата Reality Tours & Travel е създадена през 2006 от предприемчивия британец Крис Уей, вдъхновен от родоначалника на този тип туризъм Марчело Армстронг в Бразилия. Въпреки множеството критики от страна на индийските власти и дори заплахата на индийския министър на туризма, че ще забрани подобни турове, Уей твърди, че те са твърде полезни за бедните защото 80 на сто от приходите отиват за социални проекти. Освен това Уей е направил училище, където се преподава безплатно английски и дори шах. След “Беднякът милионер” пък записванията скочили с цели 25 на сто.

Професията на Майкъл Кронин - администратор по прием на колежани, го отвежда до Индия два-три пъти в годината. Той познава обичайните забележителности - храмове, паметници, пазарища. Един ден му попада флайер за обиколка из бордеите, който рекламира т.нар. бедняшки туризъм. “Веднага се сепнах и нещо ме повлече нататък,” спомня си Кронин, иначе отседнал в лъскав хотел в Мумбай, където само бутилката му шампанско струва колкото еквивалента на две години труд за много индийци. Скоро 41-годишният Кронин вече е из тесните улички, като внимава да заобикаля оголените кабели из бордея Дхарави, дом на повече от един милион души. Включва се в игра на крикет с местните момчета и разглежда малките манифактури за бродерия или щавене на кожи - работата там не секва. И нищо не се изхвърля, всичко се използва наново. Г-н Кронин бил като разтърсен. Двата часа и половина в бордея променили из основи представата му за Индия. Направило му впечатление, че всеки там иска да работи и иска да е по-добре.

Британецът Чък Гайър разказва за своето посещение на едно от гетата на Мумбай. Отишъл на тур в Мумбай екипиран с куп обезпаразитяващи средства и си представял как ще бъде обкръжен от всякакви дрипави просяци. Той очаквал да бъде обран, а вместо това си тръгнал отрупан с подаръци, ръцете му пълни с плодове и празнувал заедно с хората хиндуистки празник. “Бях шокиран от това колко мили и благородни бяха тези хора,” си спомня Чък.

Цена на обиколката – от \$12

Може да се поръча в Reality Tours & Travel.

➤ Бразилия

Най-бедните райони на градовете в Бразилия се наричат фавели. По статистически данни във фавелите сега живеят 65 милиона бразилци (около 35% от населението на страната). Основната част от тези жители са концентрирани в градовете Рио-де-Жанейро и Сан-Пауло. Фавели има и в столицата – градът Бразилия.

В Рио-де-Жанейро туристите започват да посещават бедните квартали още през 90-те. Местните хора вече са свикнали с посещенията на slum туристите. В Бразилия голяма роля в развитието на този вид туризъм има популярният филм “Градът на Бога” (на португалски: Cidade de Deus) от 2002 година, който описва развитието на организираната прес-

³ Екскурзии в гетата са хит, Туристически портал tbox7.com, 24.02.2009, в-к Стандарт, http://mx1.tbox7.com/?f=view_the_news&id=8723

тъпност в Сидади ди Деуш (в буквален превод “Божи град”), едно от бедните предградия на Рио де Жанейро.

Цена на обиколката: \$30

Обиколката може да се поръча в компанията *Favela Tours*.

➤ Пекин, Китай

Туристите, които пристигат в Пекин имат възможност да посетят гъсто населените крайни квартали на столицата, които се наричат хутуни. Хутуни са тесни древни улички в сянката на традиционните китайски жилища, които са заплашени от изчезване, тъй като непрекъснато се разрушават, за да се построят нови сгради и по-големи пътища. Най-добрият начин човек да се докосне до местния живот е като вземе колело под наем и покара из все още запазените заплетени улички или се качи на рикша⁴, водачът на която може да му бъде гид.

➤ Кения

Слъмингът в Кения набира обороти. С организацията на този вид туризъм там се занимават няколко агентства, които подготвят туристите за обиколка по най-големия град в Източна Африка като към сафари. Гледката в Кибера не е като от картичка: доминира калта и теснотата, пластмасови бутилки и мизерия. Туристите го считат за “ада на земята”, в който няма канализация, вода и елементарни удобства. Около 90% от местните жители признават, че се страхуват да бъдат в домовете си дори денем.

Цена на обиколката: от \$29

Обиколката може да се поръча в компанията *Kibera Tours*.

Интензивно се развива и Slum туризмът в най-големите африкански гета в **Найроби (Кения), в Йоханесбург (Южна Африка), в Мексико, Бангладеш, Пакистан...**

Всъщност напоследък за туристите не е нужно дори да ходят в Азия или Африка, за да видят как се живее в гето. “Лицето на бедността” може да се види и в Европа, САЩ, Австралия. В **Лондон, Прага, Амстердам** туристически обиколки водят бивши бездомници. Хората, за които дом е целият град, знаят най-потайните му места и улички по-добре от много от гидовете.

В **САЩ** също може да се види бедняшка екзотика. Предлагат се турове в Бронкс и Източен Харлем в Ню Йорк, както и в гетата на Хюстън. Тези квартали са известни с високото ниво на безработица и престъпност. Туровете в тях се представят като търсене на музикалните корени на много стилове като мамбо, ска, соул и хип-хоп. Може би е време и България да се включи в тази печеливша туристическа мода и да предлага екскурзии в колоритни гета, каквито има доста. Практиката на българския фото-блогър, който се възмущава, ужасява или развеселява от “нередности” в света около него, до голяма степен прилича на туристическия слъминг. Но не защото той ходи специално в бордеите, примерно циганските гета, в старческите домове или около сметищата – такива снимки имат по-скоро случаен характер. В тази перспектива можем да си представим фотовъзмущенията като реакции на несправедливост – един вид слъминг в собственото жизнено обкръжение. Потресът пред живота на другия е всъщност потрес пред нашия собствен.

4. Правила на slum туризма

“Бедняшкият туризъм” като специфична разновидност на туризма си има своите правила.

1) Правилото: Колкото по-малко, толкова по-добре! Бедните квартали не са място, което се наблюдава през стъклата на комфортавен автобус. Екскурзиите са предимно пешеходни в малки групи (5-10 човека). Самостоятелните разходки е “територията на бедните” представляват опасност. Най-спокойно е да се разглежда средата в присъствието на гидове. Често

⁴ Рикша (на японски: 人力車 йероглифите означават човек, сила и превозно средство) е вид транспорт, разпространен най-вече в Азия, представляващ двуколесна кола, теглена от човек.

това са местни хора. Те много добре познават спецификата на района и нравите на местното население.

2) Правенето на снимки може да предизвика недоволство у обитателите на гетата. Много от компаниите предлагачи такива обиколки забраняват видео и фото заснемането.

3) Добре е да не се демонстрират скъпи украшения, вещи и аксесоари. Гетата са места, в които хората убиват за iPad.

4) Много от туристическите агенства инвестират определена част от приходите от обиколките в икономиката на бедните квартали. Така посещавайки бедния квартал, туристът не просто оглежда местната среда, а помага за подобряването на живота на населението там. Това до известна степен решава етичните въпроси, свързани с “бедняшкия туризъм”.⁵

Колкото повече популярност добива туризмът в гетата, толкова повече противници намира. Поставя се въпросът дали не е уничително за бедните хора да бъдат представяни като туристически продукт. Някои наричат желанието да се разбере животът на бедните воайорство.

5. Турове из бордеите: туризъм или воайорство? Етичен ли е “бедняшкият” туризъм?

Slum туризмът активно се развива, но не утихват споровете относно етичността му. Става дума за преживяване с морален, а понякога и религиозен мотив, при което заможни хора от добрите квартали биват развеждани из бордеите, за да се срещнат с “истинския живот”, да се възмуцават, да опознават, да се учат на християнско състрадание. Катарзис или надменно превъзходство? Зад моралните дебати около слъминга можем да видим две естетически фигури: фасцинацията пред екзотичната другост и ужаса от отхвърлената тъмна страна на самите нас. С разбъркването на култури, места и социални позиции в глобалния свят границата между двете става все по-проблематична.

Но “бедняшкият” туризъм не е за всеки. Критиците казват, че да гледаш влюбено най-бедните от бедните изобщо не е туризъм. Това според тях си е чисто воайорство. Подобни турове са експлоатация на бедността, печалба на гърба на най-окаяните и нямат място в маршрута на етичния турист. “Ще ли ви е приятно да надничат всеки ден зад вратата ви, за да ви снимат, да надничат в ежедневието ви?”, пита професорът по туризъм от университета “Брок” в Онтарио Дейвид Фенъл. За него туризмът из бордеите е пореден пример за това как браншът си намира нова ниша. Професорът заявява, че истинският смисъл на този туризъм е западните хора да се почувстват по-добре за своето положение в обществото, виждайки в каква мизерия живеят други. “Това стимулира модела на мислене от типа “виж ме какъв съм късметлия, а другите колко са зле”, казва Фенъл.

Защитниците на явлението пък твърдят, че не всичко е толкова еднозначно и че не-виждането на бедността няма да я премахне. “Туризмът е един от няколкото начини да разберем какво значи бедност”, казва директорът на Международния център за отговорен туризъм в Лийдс, Англия, Харолд Гудуин. “Да се правим на слепи за бедността и да се преструваме, че тя не съществува, ми изглежда като отричане от хуманността.” Според него е важно не дали ще съществуват туровете из бордеите, а начинът, по който се провеждат. Дали това са малки групи, които се държат с респект към жителите, или са накачурени в джипове хора, които размахват насам-натам фотоапарати и се изживяват като на сафари.

Други защитни аргументи са, че подобни турове наливат пари в социалните програми, карат хората да са съпричастни към хуманитарни каузи и променят представата, че бедните са бедни, защото са мързеливи.

В Кения също съществува спор за моралния аспект на екскурзиите в едно от най-големите гета на Африка Кибера. В него живеят 800 000 души. Говорителят на кенийския кабинет Алфред Мутуа стартира кампания срещу туровете, като основното мото е, че има много по-слънчеви места в Кения, които трябва да се посетят. Местен жител от гетото Кибера казва: Гледат на нас като на кукли те искат да дойдат да ни снимат, да се разходят и да

⁵ Трущобный туризм: когда нищета становится достопримечательностью, <http://www.gooddays.ru/post/77123>

разкажат на приятелите си, че има много гета в Африка, но нищо не се променя за тях.”

Много от организаторите са чувствителни към бедността. Някои насърчават и дори изискват участниците в туровете да окажат някаква помощ на обитателите на бордеите. Едно църковно общество в Мазатлан, Мексико, прави турове до местното бунище, откъдето събирачите на боклук изкарват прехраната си. Част от бунището се намира съвсем близо до луксозните курорти. Не се иска такса за участие, но към туристите се отправя молба да приготвят поне сандвичи и бутилки с прясна вода за “домакините”. Тези екскурзии са станали толкова популярни, че по време на пиковия сезон дори се налага да връщат хора. “Гледаме на себе си като на мост, който иска да свърже туристите с истинския свят,” казва проповедник Фред Колън.

Всички тези противоречия говорят много повече за туризма, отколкото за бедността. Модерният масов туризъм се смята за забавление, в такъв случай да се забавляваш с бедността е нещо отвратително. Все надничаш в живота на другия. Всяко пътуване е вид нашествие и не съществува такова нещо като пътник, който не оставя следи. Но да посетиш Рио, Мумбай или Кайро и да се престориш, че гетата и бордеите не съществуват, е дори нечестно. За повечето посетители мигновеният поглед, който хвърлят из бедняшките квартали, е първият и последният им допир с бедността и мизерията, но и с радостта и учудващата красота на живота в тях.⁶

6. Заключение

Главната причина хората от богати и благополучни страни да искат да видят чуждото нещастие е бедност, е да усетят контраста на усещанията. Всички звуци, аромати, погледи, непривични са всекидневния живот на туриста предизвикват нови емоции и оригинални впечатления. Остава надеждата, че хората, докоснали се до чуждата бедност, ще се замислят и ще положат някакви усилия съдбата на жителите на тези бедни квартали да се промени и те да имат шанса да живеят по-добре.⁷

Използвана литература:

- 1) Трущобный туризм: когда нищета становится достопримечательностью, <http://www.gooddays.ru/post/77123>
- 2) ТРУЩОБНЫЙ ТУРИЗМ - SLUM TOURISM, 30 Август 2013 г., <http://antipatriot.ru/post289303338/>
- 3) Турове из бордеите: туризъм или воайорство?, Савена Злъчкин, 18 Септември 2010, брой: 215, вестник “ДУМА”, <http://duma.bg/node/4747>
- 4) Екскурзии в гетата са хит, Туристически портал tbox7.com, 24.02.2009, в-к Стандарт, http://mx1.tbox7.com/?f=view_the_news&id=8723
- 5) Слам-туризм. Путешествие в трущобы., 11 август 2014, <http://turkestan.ucoz.ru/news/2014-08-11-37>
- 6) Слам-туризм: по трущобам мира, 02-02-2009, Subscribe. Туризм, <http://subscribe.ru/digest/travel/foreign/n89351729.html>
- 7) Is slum tourism in India ethical?. Piers Pickard | Issue 91 | November 2007. Wanderlust – travel magazine. <http://www.wanderlust.co.uk/magazine/articles/destinations/indian-slum-tours?page=all>
- 8) The Rights and Wrongs of Slum Tourism, by JOANNA SUGDEN, May 3 2013, The Wall Street Journal, <http://blogs.wsj.com/indiarealtime/2013/05/03/the-rights-and-wrongs-of-slum-tourism/>
- 9) Путешествия по трущобам: нищета, которая перестала прикрываться, 18 июня 2014, Александр Кумбарг, NovostiUA.net, <http://novostiua.net/stati/57436-puteshestviya-po-truscho-bam-nischeta-kotoraya-perestala-prikryvatsya.html>
- 10) Trends in Slum Tourism, Jacqueline M. Delic, School of Hospitality and Tourism Management, University of Guelph
- 11) A critical analysis of slum tours: Comparing the existing offer in South Africa, Brazil, India and Kenya, UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES; KLEPSCH, Linda

⁶ Турове из бордеите: туризъм или воайорство?, Савена Злъчкин, 18 Септември 2010, брой: 215, вестник “ДУМА”, <http://duma.bg/node/4747>

⁷ Слам-туризм. Путешествие в трущобы., 11 август 2014, <http://turkestan.ucoz.ru/news/2014-08-11-37>

МЯСТО И ЗНАЧЕНИЕ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ И МЯСТОТО НА БЪЛГАРИЯ В НЕГО

Мария Вълканова Вълканова
Специалност "Международни икономически отношения", 3 курс
Стопанска академия "Димитър А. Ценов" – Свищов

В настоящата разработка се разгледа обстойно мястото и значението на туризма, както и ходът и темпът на развитите с преходът в различните години. Отбелязва се темпът на нарастване и разволя на международния туризъм в световен мащаб, както и неговото влияние върху националните икономики. Отбелязва се и глобалният принос на туризма в световен мащаб към създаването на продукт и задоволяването на определени обществени интереси като се представят икономически данни за регистрираните приходи в различните страни по света. В края на доклада се подчертават формите на международен туризъм в България, както и прирастът в икономиката в резултат на бизнеса. Разглеждат се съществуващите проблеми и недостатъци, пред които България е изправена, като се посочват възможностите за решаването им.

1. Въведение в проблема

Това е една от най-динамично променящите се и бързо разрастващи се форми на международния бизнес през последните десетилетия. В зависимост от това дали се подхожда към нея като с работно понятие или се влага концептуално значение, определението на понятието "туризъм" обхваща различни интерпретации. Самата му икономическа същност се отнася до цикличността на процеса на производство на туристически продукти и услуги, насочени към постигане на конкретни икономически резултати. Въплъщава в себе си основните характеристики и противоречия на глобалната икономическа система. В нея органически се вплитат отделните сфери на международното производство, международното коопериране, международната търговия, международния капиталов трансфер, международната научно – изследователска и развойна дейност (НИРД). Туризмът като самостоятелен вид бизнес се вплита в глобалната икономическа система като част от производството и търговията със стоки и услуги. Това ни навежда на мисълта, че днешните форми на туризъм в световен мащаб са прераснали изчерпателно бързо и са се превърнали в една глобално- икономическа електроцентра, в която са комбинирани директният и индиректен принос на световната икономика. В рамките на направената постановка за значението на туризма като форма на международен бизнес можем да прокараме идеята, че българската икономика може успешно да участва в тази международна форма на бизнеса и да извлича изгоди.

2. Основни характеристики на съвременния международен туризъм

Всяка една сфера от международния бизнес е резултат от задълбочаващото се разделение на труда, като последици от научния, техническия и обществен напредък. Съвременното развитие на тази форма на международен бизнес би могло да се обособи в следните характеристики. Първата от тях се свързва с това, че туризмът е печеливша стопанска дейност; Втората се свързва с така наречените бурни темпове на развитие. Така например през последното десетилетие туризмът е водещ "експортен"отрасъл в световен мащаб. Третата характеристика очертава развитието на този бизнес като неравномерно, а това се определя от различното ниво на социално – икономическо развитие на отделните страни и региони, които пък от своя страна дават приоритет на туристическия бизнес; Четвъртата характеристика определя туристическия бизнес като специфичен отрасъл, отнасящ се към сектора

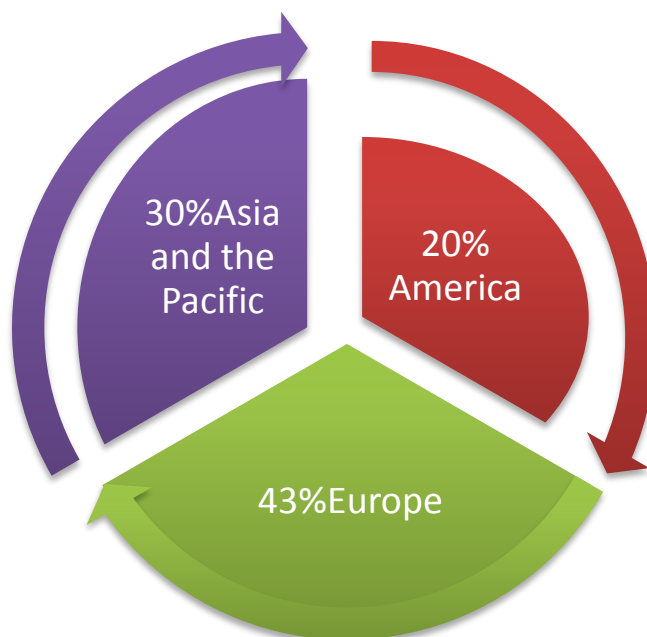
на услугите, които включва разнообразни по своята същност дейности като в този сектор се генерират ефекти, свързани както с благосъстоянието на населението, така и със структурни профили на целия стопански комплекс. Всички посочени характеристики сформират международния туризъм като един така добре владеещ огромни икономически приходи източник, както и една доста добре развиваща се сфера в перспектива. Това му дава правомощията да е сред най-значителните източници на икономически резултати и, в сферата на която се осигуряват доста работни позиции. Използван добре, световният туризъм може да рефлектира значително добре и с положителна насока в социален, културен и икономически аспект, както и върху околна среда и в доста политически направления на различните дестинации и като такъв да предостави значителни устройствени облаги за всички страни и общества по света.

3. Мащаби и динамика на международния туризъм в световен мащаб

С разрастването на националните стопанства и с увеличаването на либерализацията в международната търговия при нарастване на мобилността на ресурсите всеки национален производител се среща лице в лице с чуждестранната конкуренция на своя национален пазар. Интернационализацията се свързва също с преструктурирането в сферата на корпоративния капитал. През последните шест десетилетия, туризмът е обект на продължаващо разширяване и диверсификация, което го превръща в един от най-бързо развиващите се сектори в световната икономика. Появата на множество нови дестинации представлява предизвикателство за традиционни дестинации като Европа и Северна Америка. Въпреки преживените трусове броят на международните туристи показва тенденция на постоянен растеж от 227 млн. през 1980г. до 528 млн. през 1995г. и съответно 983 млн. през 2011г. Според наскоро осъвременената дългосрочна оценка на бъдещите тенденции в туризма на СOT "Tourism Towards 2030", броят на международните туристи в света в периода 2010 – 2030г се очаква на нарасне средно с 3.3% годишно. Това означава приблизително 43 млн. повече туристи всяка година, като очакванията до 2030г. са тази цифра да достигне 1,8 млрд. Тенденцията за по-бърз растеж на новите икономически дестинации в сравнение с напредналите се очаква да се запази и в бъдеще. Очакванията за периода 2010-2030г. са новите икономики да удвоят растежа на международни туристи (+4.4% годишно) в сравнение с този на напредналите икономики (+2.2% годишно). Пазарният дял на новите икономики е нараснал от 30% през 1980г. до 47% през 2011г., като очакванията са той да достигне 57% през 2030г., което е еквивалент на 1 млрд. международни туристи. Всички тези данни обобщават огромния принос на международния туризъм като една изключително значима и непрекъснато разрастваща се сфера, която от своя страна може да представлява неимоверен и сигурен източник на приходи в глобален мащаб. Така и според Световния съвет по пътувания и туризъм (WTTC), през 2012 година са били регистрирани 1,2 трилиона долара, което пък от своя страна се равнява близо на 260 милиона регистрирани работни места, както и 70 билиона в инвестиции и около 1,2 трилиона долара в експортна дейност. Всичко тези данни илюстрират огромният принос на международен туризъм както и безспорно голямото влияние, което указва върху различните страни по света. Така и например Китай се е превърнал в една от страните, които най-обемно се ползват от облагите от международния туризъм, което от своя страна и дава близо 102 билиона долара приходи от туризъм, като така надминава Германия и Съединените Американски Щати по посещаемост.

От таблицата на **Фиг. 1** можем да проследим ръста на приходите от международен туризъм за 2014 година по данни на световната организация по туризъм, като делът на Европа е близо 43% което се равнява на 509 билиона щатски долара от експорт; последвани от Азия и Тихият океан с 30%, което е близо 377 билиона долара и на следващо място се класира Америка с регистрирани 20 %, които се равняват на 274 билиона долара приходи.

International Tourism Receipts 2014



Фиг. 1. World Tourism Organisation

4. Перспективи на международния туризъм в България

През последните години България регистрира дял на туризъм от БВП средно на 8%, което предполага че България има своите шансове като предлага туристически продукти и услуги на международния пазар и да печели добре и да просперира в своето икономическо развитие. Развитието на туристически бизнес обаче се обуславя и от редица други външно-икономически фактори по силата на отворения характер на националното и стопанство, а също и от характера и хода на икономическите реформи на прехода. Затова темпът на развитието на бизнеса у нас се свързва с основните зависимости на туристическия бизнес в международен мащаб. През януари 2015 г. България е посетена общо от 318 143 чуждестранни граждани (без транзитно преминалите). Техният брой е с 10.2 % повече спрямо същия месец на 2014 г. Увеличение има при посещенията с цел гостуване, като са реализирани 27 852 посещения и ръст от 91%, при посещенията с цел бизнес – 79 996 посещения и ръст от 44%. Спад има при посещенията с цел почивка и ваканция, като са реализирани 161 838 посещения и спад от 13.2%. Транзитно през страната се преминали 75 287 чужденци, което е с 5.2% по-малко от същия месец на предходната година. През януари 2015 г. страните от Европейския съюз продължават да са най-важният генериращ пазар за международен туризъм на България с относителен дял 51.2%, общ обем от 147 802 туристи (7.6%). По последни данни на Националния статистически институт от месец февруари 2016 е с регистрирано посещение на чужденци в България по цел на пътуване и по страни с общ брой 361 908 и от Европейският съюз на близо 143 627. Това ни навежда на мисълта, че България предлага едни страхотни условия за туризъм със забележителната си природа, отличаваща се култура, както и впечатляваща история и това дава много шансове да се развива печелившо в сферата на селския, еко- и културният туризъм. Това разбира се привлича доста не само български, но и много чуждестранни туристи. Проблемът обаче се крие може би в това, че междувременно голяма част от много планински и селски региони нямат тази алтернатива за развитие на други видове туризъм освен този. Така устойчивото развитие на алтернативен туризъм би съживил някои от бедните части на България и би подпомогнал за подобряването му. За съжаление успешният развой на туризма и съответно неговите алтернативни форми е сериозно заплашен от липсата на достатъчно субсидии, както и от различни процеси по възстановяването му и от старото управление. В този ред на мисли българското

правителство изглежда се явява главната спънка по пътя на успешния развой на туризма у нас поради факта, че не е допринесло достатъчно за развой му у нас. Не трябва и да забравяме, че успешният развой на туризма е главно зависещ и от това как се развива бизнесът у нас.

В заключение отново бих искала да подчертая значителния прираст на икономиките, различните икономически облаги и реални приходи на различните държави благодарение на съществуването и развой на световния туризъм, проявяващ се в различните му разновидности. И отново както и в световен, така и в границите на нашата страна, са необходими да се регистрират и наложат съответни корекции и промени, на които трябва сериозно да се наблегне, за да може тази сфера да просперира стоя развой в перспектива. Разбира се не трябва да се пренебрегва и фактът, че за да се постигнат неимоверно високи и успешни резултати от международен туризъм трябва да се съобразят умело рисковете и процесите на действие, които съответно се изискват, както и фактът, че държавата играе главна и основополагаща роля в успешното развитие на международния туризъм както по света, така и в България.

5. Източници:

1. Горчева, Т., Учебник по международен туризъм, Изд. Фабер, В. Търново, 2012.
2. Горчева, Т., Й. Нейков. Помагало по интернационализация на туристическия бизнес, Издателство "Ценов", Свищов, 2013.
3. <http://goo.gl/1zATBq>
4. <http://goo.gl/eYCPkU>
5. <http://goo.gl/dTJbqt>
6. <http://goo.gl/m1PNYM>
7. <http://goo.gl/1XPKij>
8. <http://www.forbes.com/sites/edfuller/2013/12/03/impact-of-the-worlds-travel-tourism-industry-adds-up-to-more-than-a-walk-on-the-beach/#238a90746c25>
<http://www.baatbg.org/swot---analysis/17/28/>

ТЕМАТИЧНО НАПРАВЛЕНИЕ

МЕЖДУНАРОДЕН МАРКЕТИНГ



THE MAIN PRODUCT STRATEGIES OF INTERNATIONAL MARKETING

Виолета Валентиновна Скворцова
Специалност "Маркетинг и логистика", 2 курс
Економическа Академия Републики Молдова
студент по програма "Еразъм +" за летен семестър 2015/2016 г.
в Стопанска академия "Димитър А. Ценов" - Свищов

International marketing represents the application of marketing principles in more than one country, by companies overseas or across national borders and is based on an extension of a company's local marketing strategy, with special attention paid to marketing identification, targeting, and decisions internationally. The first aim in international marketing strategy is to identify the potential marketing and the specific market segments for the product, as market characteristics differ widely.

Nowadays, in period of globalization, intensive development of science and technology, internalization of economic life processes of developed countries, significant changes in the nomenclature of supplied goods to foreign markets and increased competition - marketers must be prepared to react to ongoing changes.

Product is one of the classic "4 Ps" of marketing and it's one of the key elements of every B2C strategy. Product strategy is defined as the road map of a product. This road map outlines the end-to-end vision of the product, particulars on achieving the product strategy and the big picture context in terms of what the product will become. Companies use the product strategy in strategic planning and marketing to identify the direction of the company's activities.

When marketers are working on the release of product into the international market, they have three choices of product strategies:

1. Straight product extension
2. Product adaptation
3. Product invention

In international markets managers need to decide the level of standardization and adaptation they have to achieve in terms of their products and related communication.

The choice will be obvious if a company answers correctly the following questions about product evaluation:

- For what purpose has the product been developed and how would it be used in that country?

- What distinctive properties does it have?
- What benefits is the consumer expected to gain?
- How is it positioned and what image do consumers perceive it to have?
- Which consumer segments are expected to buy it, on what occasions and

for what purpose?

- How does it fit into the total market?

Consumer needs vary from country to country depending on culture and the level of economic development.

Countries differ along a range of cultural aspects, including:

- tradition ;
- social structure ;
- language ;
- religion ;
- education ;
- economic development etc.

A country's level of economic development has important marketing implications. Product and promotion strategies must take into consideration the economic conditions of the country

where products are introduced. For example, a price that might be discounted in the United States would be considered too high for poorer countries or perhaps not high enough in rich countries.

Consumers in highly developed countries tend to demand a lot of extra performance attributes, while consumers in less developed nations tend to prefer more basic products.

Consider the concept of each of the above strategies and specific examples connected with them.


The first strategy is **Product Standardization**.

It's the ability for a company or business to use the same marketing strategy from one country to other parts of the world, across various cultures and without many modifications. Such a move is often adopted when enough loyalty has been earned by the product in the home markets and companies can depend on the similarities of tastes and product use conditions by a large segment of customers abroad.

Product standardization is also an efficient method to reduce costs and increase quality. By minimizing the differences in your products, you are able to rapidly increase production, streamline distribution, decrease raw material costs and reinforce product branding. The benefits of global products can be achieved by standardizing the core product or large parts of it. Indeed, Japanese companies have often been masters at getting consumers around the world to accept their globally standardized products (e.g., Honda cars, Canon photocopies, Panasonic VCRs).

In order to demonstrate a specific examples of using strategies have been chosen some of the world's most valuable brands according to Forbes' latest ranking.¹

Technology sector.

Example №1  «Canon Inc.» is a Japanese multinational corporation which has the distinction of being one of the largest companies related to imaging technology and optical products. The brand name «Canon», is linked with adjectives like the best and most impressive.

Canon's multifunctional devices are the best in terms of quality and durability. The materials used are of superior quality and hence, their sustainability is assured.² All their office equipment and products are environmentally friendly and relate to nature. Their aim of re-use and re-cycle products include material re-cycling and thermal re-cycling. This noble aim is appreciated by the world. Company's products are distributed globally and for its products is used product standardization strategy.

The second one is **Product Adaptation**.

This type of strategy comes in several forms. Marketing strategies in a country-by-country basis take into account the features of local market. By this, product adaptations are considered as necessary strategy in order to satisfy to the different needs of customers in various countries. Product adaptation tends to become a reactive response to the market changes.

Another feature involves physical product vs. communication adaptations. Brief and obvious example is the bicycle - while the same product might be sold in China and the USA. it may be positioned in different ways - as a serious type of transportation in China and as a recreational tool in the USA.

Production and promotion adaptation strategies are used in international market for a product that may be popular but needs to be adapted to meet local customs and demand. For example, customers of less affluent countries may need a product of similar quality that has been downscaled to be more affordable to purchase.

¹ <http://www.forbes.com/powerful-brands/list/#tab:rank>

² <http://www.marketing91.com/marketing-mix-canon/>

Table 1. Factors affecting decisions to adapt products³

Market characteristics	Product characteristics	Company characteristics
Government regulations	Functions, attributes	Profitability
Non-tariff barriers	Durability, quality	The cost of adaptation
Characteristics and preferences	Methods of operation and use	Organization
Consumer models	Packaging	Resources
Competition	Warranty, service	Experience
The level of economic development	Brand	Policies adopted
Climate	Life cycle	
Legal	Country of origin	

Restaurant industry.



Example №1

American coffee company and coffeehouse chain «Starbucks Corporation»

is a great example of how an American firm can successfully launch and remarket itself in a way which is appealing to the French consumer. The French are very conservative people with deeply held traditions with a developed coffee and wine culture, but despite this Starbucks had adjusted to local tastes. The company started to sell not only American, but also French friendly snacks. One of them is «Muffin with spinach» and «Muffin caramel» with salted butter. Regarding to the drink products, according to statistics - 60 % French people prefer espresso and only 20 % Americano. On this basis Starbucks included in French menu «Blonde Espresso Roast» which corresponded the standards of local French café and obtained success among the French audience. Adaptation also was evidenced in adding in drinks menu one more product –«Starbucks wine».



Example № 2

The world's largest chain of hamburger fast food restaurants «**McDonald's Corporation**». McDonald's has adapted the menu to include foods that are popular in specific countries and this has allowed McDonald's to be successful in international market growth.

Elsewhere in the world, McDonald's maintains a strict 70% original and 30% local menu. The situation in India was exactly the opposite. Indian McDonald's restaurants do not serve beef and pork products, in deference to Hindu and Muslim beliefs. The only animal products available are chicken and fish.

McDonald's has developed a wide variety of vegetarian products exclusively for the Indian market, as a large number of Indians are vegetarians. Some of these products the «McVeggie burger» (the vegetarian equivalent of well-known McChicken), the «McSpicy Paneer burger» (a burger with a fried paneer patty breaded with Mexican and Cajun spices) and one of the famous local products is the «McEgg burger» comprises a poached egg between two steamed buns and is extremely popular among college students.⁴

Another vegetarian product exclusive to this country is «Pizza McPuff», which is the Indian savory and one of the favorite snack with vegetarian pizza fillings.

The last strategy is **Product Invention**.

This type is used for designing new products for new markets and designing one product for a global marketplace.

There are two types of inventions:

³ http://www.mnmk.ro/documents/2011/9_Barbu%20FFF.pdf

⁴ https://en.wikipedia.org/wiki/International_availability_of_McDonald%27s_products

▪ Backward invention – is a product strategy in international marketing in which an existing product may have to be re-engineered or simplified by the company to be released in less developed countries, often at a cheaper rate.⁵

▪ The strategy of new inventions.

Some countries might have a special need and this means that you will have to develop a new product for their special need. For instance, there may be a need for pure water in certain countries and you invent a machine that purifies water.

Based on the strategies discussed and examples, it is visible how the system generally works and how consumers react on the activities of international companies in their own countries.

Every international company chooses by itself what kind of strategy to use in order to launch and promote their goods. The most important thing is the right approach and a thorough research of the potential market.

Bibliography:

1. Isobel Doole and Robin Lowe «International Marketing Strategy. Analysis, development and implementation» <https://goo.gl/7ceIwL>
2. Study Resource for Kotler's «Marketing Management» <https://goo.gl/10BV0D>

⁵ https://en.wikipedia.org/wiki/Backward_invention

СБЛЪСЪКЪТ МЕЖДУ ТРАДИЦИОННАТА И ОНЛАЙН ТЪРГОВИЯТА

Георги Иванов Стоянов

Специалност “Международни икономически отношения”, 4 курс
Стопанска академия “Димитър А. Ценов” – Свищов

Въведение

Навлизайки в края на първото тримесечие на новата 2016г. можем да забележим значителна промяна в отношението на хората към пазаруването и най-вече в изискванията на младото поколение към фирмите и марките от които предпочитат да пазаруват.

С напредването и достъпността на смарт¹ технологиите забелязваме нарастване на мобилното пазаруване както по света, така и в България. За най-пресен пример можем да погледнем към бившият prodavalnik.bg. Не отдавна сайта, радващ се на сравнително голям трафик, бе закупена от аржентинския² по произход холдинг OLX. Днешно време, платформи като OLX представляват значителни спънка за традиционната търговия. Те предоставят идеалната C2C среда, като това можем да забележим от използването на тяхното мобилно приложение (изтеглено над 500 000³ пъти) и броя на харесвания на страницата им в социалната мрежа Фейсбук, които надхвърлят 380хил⁴.

По последни данни⁵ от 2015г. на НСИ можем да установим, че в България домакинствата използващи интернет услуги наброяват 1 537 040.

Ако приемем, от горепосочената информация, че 1/3 от домакинствата в страната са използвали платформата OLX за купуване и продаване на стоки, прескачайки традиционните методи за закупуване, т.е. купуване на стока от търговец от неговия физически магазин, в нашите колективни съзнания се сформира следния въпрос: По какъв начин влияе това на дистрибуцията на стоки, както капиталоемки, така и трудоемки. И може би, по-интересния въпрос – Ако това се случва при нас в толкова голям мащаб, как се променят нещата на международно ниво.

В този доклад ще отговорим на следните въпроси (в световен мащаб):

1. Какво търси модерния потребител през 2016г.?
2. Какви са целите на големите компании и как отговарят на потребителските желания.
3. Изводи.

1. Какво търси модерния потребител през 2016г.?

За да отговорим на този въпрос, първо трябва да узнаем, кой точно потребител е смятан за модерния такъв. Според водещата международна компания за одит и анализи PwC⁶ най-активните потребители представляват младото поколение или т.н. “millenials”. Те определят за такива всички родени след 1980г. Базирайки се на тяхното проучване⁷ можем да направим следните два извода:

- Лоялността към марката нараства, но също така и очакванията към нея;
- Макар и горното твърдение да е вярно, цената е все още ключов фактор.

¹ http://alpharesearch.bg/bg/marketingovi_izsledvania/danni_i_publikacii/internet.html - Алфа рисърч (10.03.16г.) Посетено на 25.03.2016

² <http://www.naspers.com/page.html?pageID=20&parentID=70&contentIDChosen=4&operation=olx> – Naspers ecommerce. Посетено на 25.03.2016 г.

³ Проверено в Google Play на 25.03.2016г.

⁴ https://www.facebook.com/OLXbg/?ref=br_rs – Фейсбук страницата на OLX. Проверено на 25.03.2016

⁵ <http://bit.ly/1i4Gayt> - Достъп на домакинствата до интернет – НСИ (11.12.15г.). Посетено на 25.03.2016

⁶ <http://www.pwc.com/bg/en.html> - Сайтът на PwC България. Посетено на 25.03.2016 г.

⁷ <http://pwc.to/1pmtiK7> - Обобщителна страница - PwC – Total Retail за 2016г. Посетено на 25.03.2016 г.

Модерният потребител все повече се интересува от същността на бранда. Каква е неговата концепция, какъв е екологичният отпечатък, който фирмата оставя зад себе си, какво е отношението към работниците и заплащането им? Може ли продукта им да се персонализира? И разбира се как фирмата се представя в кибер пространството? Това са все въпроси които определят търсенето към дадена фирма., но как влияят на дистрибуцията?

Според списание "Forbes" един от основните трендове⁸ при потребителското търсене през 2014 е хипер-ефективността. Ако комбинираме желанието за хипер-ефективност при потребителите с очакванията към фирмите за онлайн присъствие и желанието за персонализиране можем да забележим промяна в начина на правене на покупки, като изместването е най-вече в полза на смарт технологиите. За повече информация, нека погледнем следната фигура⁹, изготвена от Deloitte University press:



Фиг. 1. Трендове в потребителското търсене.

Анализирайки тяхната фигура и съпоставяйки я с предсказанията на Хазел Баркуърт посочени по-горе и в препратката под линия, можем да забележим, че предсказанията на автора на статията за сп. Форбс до голяма степен биват изпълнени.

С не напълно възвърнати икономически сили, средната класа цели да намери идеалния продукт за тях и то на подходящата цена, макар че потребителя има по-ниско финансово самочувствие. Поглеждайки към фигурата можем да забележим следния алгоритъм на търговия:

1. Все още невъзстановената средна класа има по-ниско потребителско самочувствие, което води до увеличаване на пазарния дял на нискобюджетните магазини (като под тях разбираме тези вериги, правещи големи намаления в даден момент от годината), докато в същото време тя се старее да възвърне старата си покупателна сила и стандарт. Тук вече настъпва бюджетното раздвоение и стигаме до втора точка.
2. Етичната промяна в мисленето на потребителите от т.н. поколение "millennials" се състои в едно по-различно мислене в сравнение с това на малко по-старото поколение, а именно насоченост не само към продукта на фирмата, а към отношението на фирмата към работниците си, околната среда и тях самите, като купувачи. Же-

⁸<http://www.forbes.com/sites/onmarketing/2014/02/04/six-trends-that-will-shape-consumer-behavior-this-year/#2899e0897f84> – Хазел Баркуърт, директор на проекта "Културни прозрения" за Added Value - Посетено на 25.03.2016 г.

⁹ <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/co/Documents/consumer-business/Consumer%20products%20trends.pdf> – Navigating 2020, Deloitte University press, посетено на 25.03.2016

ланието на това поколение за свръх ефективност създава желанието за бързо и лесно пазаруване, което ни води към следващата точка.

3. Цифровизацията, навлизаща все повече в ежедневието на обществото събаря традиционните граници на физическото закупуване на стока и павира нов път за бизнес модели, които предоставят стоката директно до адреса на купувача и създават по-персонализирани маркетингови методи, от традиционните физически реклами като обяви и реклами във вестници, брошури, плакати и пр.
4. Създаването на персонализирани маркетингови методи е пряко свързано с тренда на разпространяваща се персонализация на продуктите, т.е. продуктите които купувачът носи или използва, трябва да отразяват по някакъв начин неговото вътрешно аз. Това разпокъсване на вкусовете води до създаването на нишови фирми, целящи създаването на точно определен продукт, за точно определен вид от личности.
5. Горепосочените точки, комбинирани с желанието на модерния потребител за оставянето на минимален екологичен отпечатък, намаляването на разхищенията за електричество и използването на гориво се вписват идеално с философията за онлайн търговията и модерното брандиране.

2. Какви са целите на големите компании и как отговарят на потребителските желания

Според доклада на KPMG създаден за The Consumer goods forum макар и основната цел все още да е растеж, се наблюдава по-различно осъзнаване за проблематика и промяна в начина на реагиране към нея. В изследваната от тях извадка¹⁰ при зададения въпрос “Коя от следните сфери би била най-съществена за развитието на вашата компания” запитаните от тях директори на компании определят на първо място управлението на човешките ресурси с цели 76% важност, спрямо увеличение на пазара – 75%. Макар и разликата да е едва 1%, това явление се появява тепърва през тази година.

Една от основните концепции, както бе споменато в предната точка, е борбата за потребителско доверие у бранда, като можем да забележим значително нарастване спрямо миналата година. Позовавайки се на еделманския барометър на доверието, можем да забележим, че доверието¹¹ към фирми е нараснало значително спрямо миналата година за информираното население – с 6 пункта и за общото население – 4 пункта, което от своя страна означава, че фирмите осъзнават новите изисквания към тях и работят, за да спечелят доверието на потребителя.

Примери за техните усилия, можем да забележим в доклада на PWC – Total retail 2016¹². Те посочват адаптирането на големи компании към потребителя, създавайки по-специфични маркетингови стратегии, като някои от посочените примери са:

- Nordstrom (Нордстром) – американска верига магазини. Бивайки познати със своята иновативност те решават да създадат по-високо взаимодействие със своите клиенти и за да го направят се обръщат към известната социална мрежа Pinterest (Пинтерест), която предоставя възможността да “закачиш” дадено изображение към своя албум. Възползвайки се от това, техните купувачи “закачат” снимки на дрехите, които магазина предлага и които им харесват. От своя страна Нордстром слагат знак “закачено” на избраните от потребителите артикули във физическите

¹⁰ http://www.theconsumergoodsforum.com/files/Publications/KPMG_CGF_Top_Of_Mind_Report_2015.pdf - стр. 5, Посетено на 25.03.2016г.

¹¹ <http://www.slideshare.net/EdelmanInsights/2016-edelman-trust-barometer-global-results> - Барометър на доверието на Еделман – 2016г.; слайд 7, Проверено на 25.03.2016г.

¹² <http://www.pwc.com/us/en/retail-consumer/publications/assets/Total-Retail-Global-Report.pdf> - стр. 24; посетено на 25.03.2016

си магазини, създавайки неформална общност и научавайки предпочитанията на клиентите си;

- ИКЕА (Икеа) – световноизвестната мебелна верига Икеа дава сила на своите “Икеа почитатели”, като им предоставя възможността да взаимодействат помежду си, чрез блогът на фирмата и други форуми (отново на Икеа), в които дадената общност може да публикува и организира спрямо стая (кухня, всекидневна и пр.) или спрямо интерес (еко живееие и пр.). Като допълнение там клиентите могат да съпоставят и обсъждат своите нови идеи за декорация, трудности при сглобяването на мебели и много други;
- Waitrose (Уейтроуз) – верига британски супермаркети. Това което отличава Уейтроуз от конкуренцията е, че те създават уебсайта Waitrose Kitchen, който приканва клиентите да споделят своите идеи и готварски рецепти, докато в същото време пазаруват от сайта. Модела става толкова успешен, че веригата супермаркети решава да създаде Waitrose Florist (сайт за цветя) и Waitrose Cellar (сайт за вино), създавайки едно място за пазаруване на клиентите от тази общност.

Но това се отнася за отношенията B2C. Ако погледнем към отношенията B2B можем да забележим значителни позитивни промени на B2B сцената и увеличаване на онлайн търговията в тази сфера. Във проучването проведено през 2014 от Netsuite можем да забележим следните промени в концепцията за онлайн търговията на едро:



Фиг. 2. Промени¹³ в B2B концепцията.

Поглеждайки към Фиг.2 можем да направим заключението, че онлайн търговията освен обикновения потребител, подпомага и търговията между фирмите, задълбочавайки техните отношения и улеснявайки достъпа.

Фигурата ни показва сравнение през различните години на онлайн B2B взаимодействие и как то е еволюирало за да отговори на търсенето, като освен записаните промени, трябва да обърнем внимание и в намаляващата годишна разлика за концептуална промяна. Ако при първото поколение са били нужни десет години за промяна, то при второто е било

¹³ <http://www.teamtag.net/wp-content/uploads/2015/07/wp-second-and-third-generation-ecommerce-i.pdf> - Second and Third-generation Ecommerce стр.7, Проверено на 25.03.2016 г.

нужно двойно по-малко, показвайки по-висока адаптивност на бизнеса и следователно по-висок дял в онлайн продажбите.

Изводи

От посочената информация можем да извлечем следните основни изводи:

- Компаниите трябва да обновят моделите си на онлайн търговия стока за да останат значими на пазара, насочвайки се към персонализирането на процеса на закупуване на тяхната стока; подобряването на своето онлайн присъствие и насочване към смарт приложения за пазаруване;
- Увеличаването на цялостното доверие към бизнесите спрямо изминалата календарна година
- Значително поетапно подобряване в онлайн търговията при B2B.

Източници:

1. Алфа Рисърч – Интернет потребление, 10.03.2016г. - http://alpharesearch.bg/bg/marketingovi_izsledvania/danni_i_publicacii/internet.html
2. Naspers Ecommerce - <http://www.naspers.com/page.html?pageID=20&parentID=70&contentIDChosen=4&operation=olx>
3. Национален статистически институт – Достъп на домакинствата до Интернет; 11.12.15г. <http://www.nsi.bg/bg/content/2808/достъп-на-домакинствата-до-интернет>
4. Six trends that will shape consumer behavior this year, Hazel Barkworth, Forbes 2014 <http://www.forbes.com/sites/onmarketing/2014/02/04/six-trends-that-will-shape-consumer-behavior-this-year/#2899e0897f84>
5. Consumer markets. To stand still is to fall behind. 2015 Global Consumer executive Top of Mind Survey; KPMG, The consumer Goods Forum; 2015г. - http://www.theconsumergoodsforum.com/files/Publications/KPMG_CGF_Top_Of_Mind_Report_2015.pdf
6. 2016 Edelman Trust Barometer - <http://www.slideshare.net/EdelmanInsights/2016-edelman-trust-barometer-global-results>
7. They say they want a revolution, Total Retail 2016; PWC 2016 - <http://www.pwc.com/us/en/retail-consumer/publications/assets/Total-Retail-Global-Report.pdf>
8. Second – and Third-Generation Ecommerce, A strategic investment for Growth in Wholesale Distribution, Benfield Consulting, Netsuite; 2014 - <http://www.teamtag.net/wp-content/uploads/2015/07/wp-second-and-third-generation-ecommerce-i.pdf>
9. Consumer product trends, Navigating 2020; Deloitte University Press; 2015 - <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/co/Documents/consumer-business/Consumer%20products%20trends.pdf>

ТЕМАТИЧНО НАПРАВЛЕНИЕ

МЕЖДУНАРОДНА ИНТЕГРАЦИЯ И ТЪРГОВИЯ



НЕФОРМАЛНИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ В СИСТЕМАТА НА МЕЖДУДЪРЖАВНО СЪТРУДНИЧЕСТВО

ас. Ивайло Иванов Петров

Катедра “Международни икономически отношения”
Стопанска академия “Димитър А. Ценов” – Свищов

Трансграничните проблеми поставят сериозни предизвикателства пред стабилното управление на държавите от години, но през последните няколко десетилетия по мнение на мнозина учени естеството, обхвата и силата им се изостриха безпрецедентно. Освен все по-големият натиск върху правителствата да се предприемат мерки срещу екологичните заплахи и изменението на климата, друг източник на безпокойство е нарастването на транснационалните рискове за сигурността (възраждащите се локални войни, тероризма, миграцията), както и предизвикателствата, които произтичат от все по-либерализираните и глобализирани пазари (виж фигура 1). Сложността на тези проблеми поставя под натиск управленските капацитети на държавите: нито една администрация не може самостоятелно да осигури решения на тези задачи. Двадесет и първият век приближава своето пълнолетие и постепенно се откроява схващането, че успехът на всяко решение, касаещо някакъв регионален или глобален въпрос, изисква участието на много различни заинтересовани страни (наднационални институции, правителства, ангажирани групи, бизнес единици)¹, а координацията в този процес се превръща в основно предизвикателство.



Фигура 1. Предизвикателствата пред националните граници в условията на нарастваща глобализация

Източник: Scholte, J. *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Relations*. Oxford University Press, 1997.

¹ Разбира се, този въпрос е силно отворен за дискусия – все още съществуват режими, които се опитват да държат управляваните от тях територии в изолация – физическа (строг контрол върху задграничните пътувания и миграцията), институционална (неучастие в международни организации, отказ от спазване на широко възприети регулации и правила), информационна (контрол върху средствата за осведомяване, Интернет ресурси), и др. Все пак, доколкото това със сигурност е продължителен процес, трябва да се отбележат две положителни тенденции от изминалата 2015 година – първото значително затопляне в отношенията между САЩ и Куба (след 1962 г.), и “ядрената” сделка с Иран.

Официалните международни организации, създадени през XX век, се възприемат като най-очевидното решение за поемане на инициативи и запазване на международния ред. За да бъдат ефективни в дейността си, обаче, международните институции изискват мащабно делегиране на правомощия, което в зависимост от ситуацията и политическата конюнктура се оказва доста трудно за постигане. В резултат на това, създаването на нови организации с изключителни правомощия за вземане на решения в много ключови области, на глобално ниво, през последните години е слабо срещана практика.

Възниква въпросът: защо продължават да се търсят различни форми на диалог и организирано коопериране, при наличието на вече установени такива? За Г. Захариева: *"Желанието за устойчиво развитие, по-бърз икономически растеж и подобряване жизненото равнище на населението стимулира държавите да влизат в съюзи, да сключват двустранни и многостранни споразумения."*² А ще доведе ли това до някакво равновесие в света?

За някои учени глобалното управление е концептуален оксиморон, противоречие в термините, или в някакъв аспект просто едно добро пожелание. За Р. Хигот³ реалистите нямат разбиране за управление над нивото на държавата; основната характеристика на международната система е била и продължава да бъде анархията. Според него целият дебат за управлението (регулирането) на световната икономика от последните няколко години е по-скоро признание, че свръх развитието на световната икономика е придружено от слабо развитие на глобалното политическо управление, или на "държавността". От друга страна, съвременни космополитни теоретици като Дейвид Хелд заявяват оптимистично, че се появяват семената на едно глобално общество. Склонни сме да се съгласим по-скоро с второто твърдение, макар и темповете на създаване на това глобално общество да са далеч от оптимистичните очаквания на 1990-те.

Прогнозите, че напредъкът на глобализацията ще бъде свързан с драматични промени в управлението, а неговите форми и структури ще стават все по-разнообразни, изглежда се потвърждават. Към утвърдените организации, разполагащи с ясен устав, правила за членство, широка представителност и конкретни компетенции (Организация на обединените нации (ООН), Световната банка (СБ), Международен валутен фонд (МВФ), Световна търговска организация (СТО) и др.), на глобалната "сцена" излязоха и нови субекти – Групата на седемте/осемте (Г-7 и Г-8), Групата на двайсетте (Г-20), форумът за Азиатско-тихоокеанско икономическо сътрудничество (АТИС), форматът от страни Бразилия, Русия, Индия, Китай и Република Южна Африка (БРИКС), и др. (виж фигура 2).

Една от съвременните тенденции е използването на съществуващите международни институции за нови, по-обща цели. Примери за това са допълването на правомощията на Световната здравна организация за справяне с епидемията "Тежък остър респираторен синдром" (SARS) от 2003 г., по-късно потвърдени с промяна в Международните здравни регулации, и разширяването на компетенциите на Съвета за сигурност на ООН с приемане на антитерористични мерки, касаещи както отделни личности, така и мерки срещу финансирането на терористи⁴.

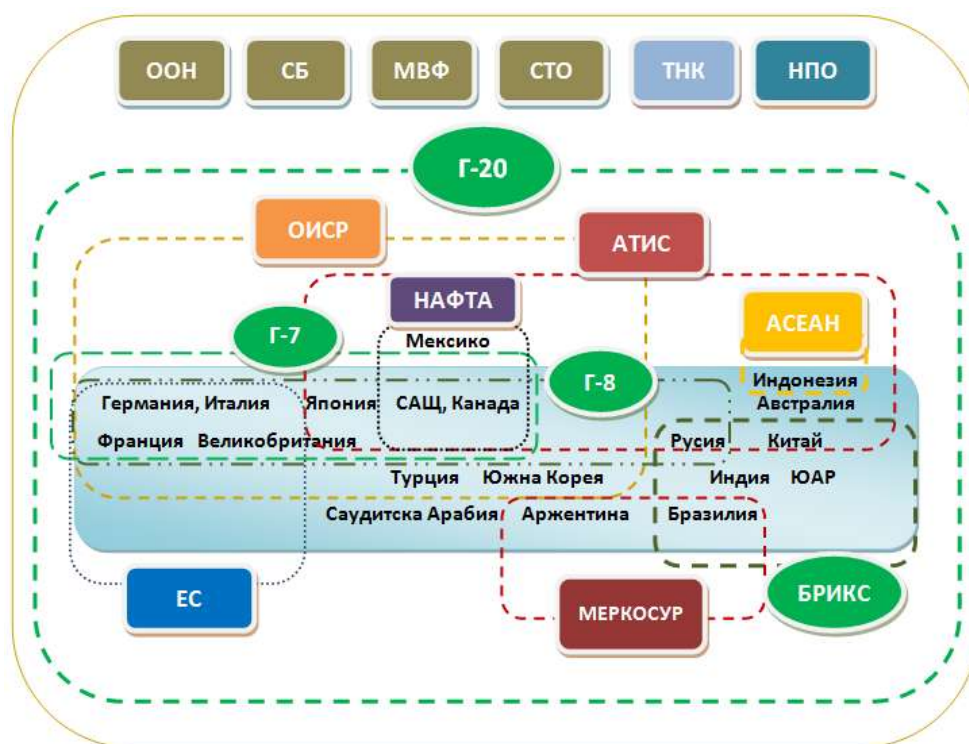
Другата основна тенденция е активизирането на алтернативни форми на международно сътрудничество, които в определени случаи водят до по-ефективно вземане на решения. Сред тях могат да се посочат лидерските срещи (в рамките на планирани събития на официални международни организации и институции - Общото събрание на ООН, Европейския съвет и др.), неформални правителствени и институционални мрежи (срещи на министрите на финансите, на президентите на централните банки, и др.), "коалиции на желаещите", "групи за контакт", "ключови групи", "групи от приятели" - които действат вътре и около официалните международни организации⁵.

² Дамянов, Ат., Г. Захариева. Външноикономическа политика. АИ "Ценов", 2006, с. 8.

³ The Consequences of the Global Financial Crisis. The Rhetoric of Reform and Regulation. Edited by Wyn Grant and Graham K. Wilson. Oxford University Press 2012, pp. 16-17.

⁴ Krisch, N. Capacity and Constraint: Governance Through International and Transnational Law (December 10, 2013). Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2393414>

⁵ Prantl, J. Effective Multilateralisms and Global Governance. Journal of world economics and politics, 2010, vol 37.



Фигура 2. "Размиването" в глобалните управленски структури
 Модифицирано по Dicken, P. *Global Shift. Mapping the changing contours of the world economy. 5th edition. The Guilford Press, NY, 2007, p. 529.*

Настоящото изложение ще се спере на придобилите публичност през последните години междудържавни формати, или "клубове", чиято обща черта е тяхната **неформалност**. Без да пренебрегваме възможностите за въздействие на неправителствения сектор и бизнеса върху определяне на въпросите от съществено регионално и дори световно значение, поддържаме мнението, че в основата на международните правила и норми все още стои традиционният субект – националната държава.

Вабюлас и Снидал⁶ посочват следните отличителни характеристики на формалните междуправителствени организации (Formal Intergovernmental Organizations, съкратено FIGO), децентрализираното коопериране, и неформалните междуправителствени организации (Informal Intergovernmental Organizations, накратко IIGO):

Таблица 1. Сравнение между децентрализирано коопериране, неформални и формални междуправителствени организации

	Децентрализирано коопериране	Неформални междуправителствени организации	Формални междуправителствени организации
Принцип на създаване	Негласно споделени очаквания	Изрично споделени очаквания	Формализирани очаквания
Членство	Слаба обвързаност	Силна обвързаност	Официално членство
Организационна структура	Спонтанен ред	Регулярни срещи без постоянен секретариат	Регулярни срещи с независим секретариат

Източник: Vabulas, S. and Snidal D. *Organization without delegation: Informal intergovernmental organizations (IIGOs) and the spectrum of intergovernmental arrangements. Review of International Organizations 8(2), June 2013, p. 198.*

⁶ Vabulas, S. and Snidal D. *Organization without delegation: Informal intergovernmental organizations (IIGOs) and the spectrum of intergovernmental arrangements. Review of International Organizations 8(2), June 2013, pp. 193-220.*

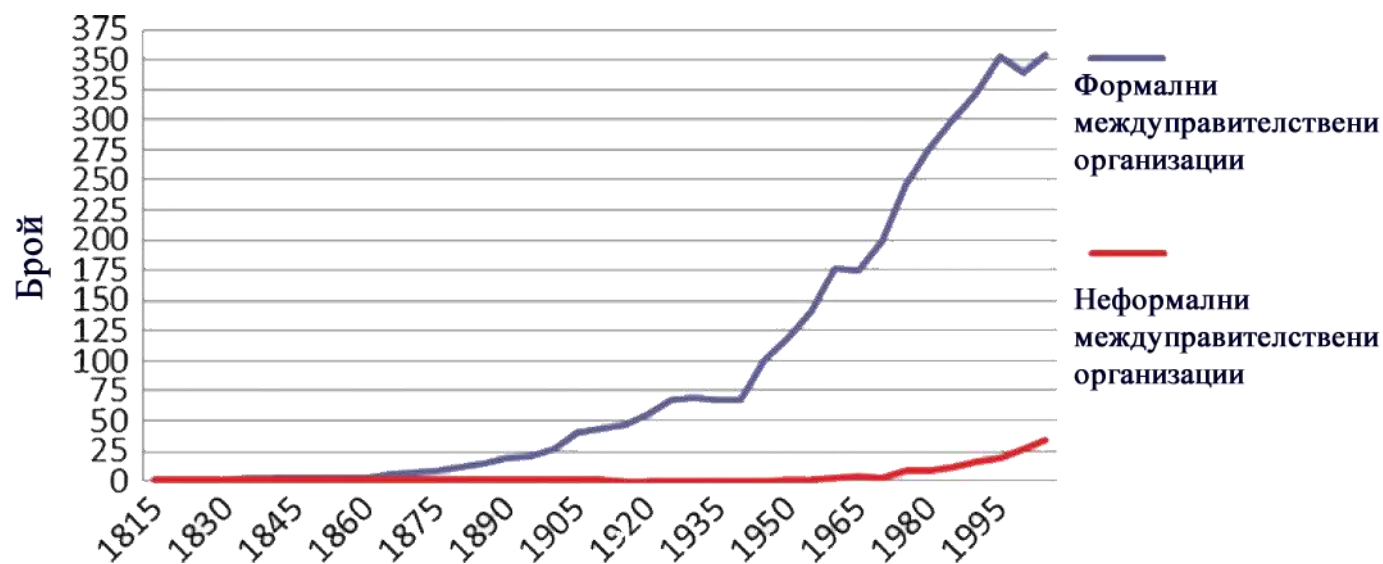
Членовете на ИГО имат изрично споделени очаквания по отношение на целите, които преследват при своите събирания. Тези очаквания най-често се изразяват под формата на обща декларация или комюнике, което, обаче, не съдържа в себе си формализирана обвързаност за изпълнение на заложените в тях мерки по смисъла на международното право. Освен това, независимо от споделените очаквания, мотивацията на участниците в един такъв формат може да е доста различна – в Базелския комитет за банков надзор интересите, които Саудитска Арабия защитава, са свързани със статута ѝ на страна-износител на нефт, докато Швейцария е фокусирана върху международното банкиране⁷.

Участието в тези неформални международни организации по дефиниция е на правителствени официални лица (представители на изпълнителната власт в дадена политическа единица). Честа практика е да присъстват и представители на международни институции и организации (Международния валутен фонд, Световната банка, други агенции към ООН, регионални банки, Европейския съюз и др.), но водеща роля имат държавите.

Срещите са регулярни, но невинаги се провеждат с точно установени предварително график и място, а обстановката е относително неформална. Отговорност за организирането и провеждането на новата сбирка най-често има избрана на ротационен принцип държава, съответно липсва утвърден постоянен секретариат.

Причините, поради които неформалните срещи са предпочитани, са най-малко следните⁸:

1. По-голяма гъвкавост. Тя може да бъде много полезна, когато несигурността за бъдещето е висока, проблемите с разпределението на отговорности и решения са тежки, или когато държавите не се нуждаят от резултати с точно определена величина.
2. Запазване на суверенитета. Липсата на официален секретариат гарантира независимостта в решенията и достъпа до информация.
3. Дискретност на решенията. Този тип форуми не са предмет на формални изисквания за прозрачност и по този начин обсъжданите въпроси се знаят само от членовете им.



Фигура 3. Численост на междуправителствените организации от 1815 година досега
Източник: Vabulas, S. and Snidal D. *Organization without delegation: Informal intergovernmental organizations (IIGOs) and the spectrum of intergovernmental arrangements. Review of International Organizations* 8(2), June 2013, p. 210.

⁷ Пак там.

⁸ Vabulas, F. The BRICS and the Future of 'Informal' IGOs. ISN, Center for Security Studies (CSS), ETH Zurich, Switzerland, 5/2/2014.

4. Бърза реакция и ниски разходи за водене на преговори. Неформалните групи са особено ценни при кризи, когато лидерите трябва да реагират бързо и без ограничения на формалните процедури.
5. Намаляване на бюрократичната централизация. По този начин държавите намаляват разходите си и действат без ограниченията на твърдата структура.

Броят на разглежданите неформални организации е в пъти по-малък от този на формалните, но в последните години се забелязва устойчива тенденция за образуването на нови структури, като тяхната численост се увеличава както в абсолютна стойност, така и като дял спрямо формалните (виж фигура 3.)

В следващата таблица са посочени обединенията, които носят признаците и могат да се причислят към групата на неформалните междуправителствени организации (виж. таблица 2).

Таблица 2. Списък с неформалните междуправителствени организации, 1947 – 2015 година

Официално наименование	Година на основаване	Брой участници	Място за срещи	Основни теми
<i>General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) *</i>	1947	128 (23 в началото)	Различно	Глобална търговия
<i>Paris Club</i>	1956	19	Париж	Изплащане на дълг
<i>Group of 77 at the United Nations (G-77)*</i>	1964	131	ООН	Икономика, сътрудничество по оста "Юг-Юг"
<i>Group of Nine (G-9) *</i>	1965	9	Различно	Политика
<i>Club de Berne / The Counter Terrorist Group (CTG)</i>	1971	30 (19 в началото)	Неизвестно	Разузнаване
<i>Convention on Long-range Transboundary Air Pollution (LRTAP)</i>	1971	51	UNECE, Женева	Замърсяване
<i>Intergovernmental Group of Twenty-Four on International Monetary Affairs and Development (G-24)</i>	1971	24	МВФ	Икономическо развитие
<i>Group of Five (G-5) *</i>	1973	5	Ротация	Икономическо сътрудничество
<i>Basel Committee on Banking Supervision (BCBS)</i>	1974	27	Базел	Банки
<i>Group of Six (G-6) *</i>	1974	6	Ротация	Икономическо сътрудничество
<i>Nuclear Suppliers Group (NSG)</i>	1974	46	Ротация	Неразпространение на ядрено оръжие
<i>Group of Seven (G-7)</i>	1976	7	Ротация	Икономика, политика
<i>International Nuclear Fuel Cycle Evaluation (INFCE) *</i>	1977	66	Виена	Неразпространение на ядрено оръжие
<i>Melanesian Spearhead Group *</i>	1983	5	Ротация	Широко сътрудничество
<i>Group of Six on Disarmament</i>	1984	6	Различно	Неразпространение на ядрено оръжие
<i>Australia Group</i>	1985	40	Париж	Неразпространение на ядрено оръжие
<i>Cairns Group</i>	1986	19	Ротация	Селско стопанство, търговия
<i>Missile Technology Regime (MTR)</i>	1987	34	Ротация	Неразпространение на ядрено оръжие
<i>Financial Action Task Force on Money Laundering (FATF, GAFI)</i>	1989	36	ОИСП, Париж	Пране на пари
<i>Group of Fifteen (G-15)</i>	1989	17 (15 в началото)	Ротация	Инвестиции, търговия, технологии
<i>Growth Triangle (IMT-GT, JSR, SIJORI, BIMP-EAGA etc.)</i>	1989	Променлив	Ротация	Икономическо развитие
<i>Five plus Five Group</i>	1990	10 (9 в началото)	Ротация	Широко сътрудничество

Официално наименование	Година на основаване	Брой участници	Място за срещи	Основни теми
<i>Alliance of Small Island States (AOSIS)</i>	1991	39	ООН	Климатичните промени
<i>Groupe de Budapest</i>	1991	Над 50	Будапеща	Миграция / граници
<i>Visegrad Group (V-4)</i>	1991	4	Ротация	Широко сътрудничество
<i>Global Harmonization Task Force (GHTF)</i>	1992	5	Ротация	Регулации на медицинско оборудване
<i>Intergovernmental Forum on Chemical Safety (IFCS) *</i>	1994		Женева	Химическа безопасност
<i>Like-Minded Group (LMG)</i>	1996	Променлив	СТО	Търговия
<i>ASEAN Plus Three</i>	1997	13	Индонезия	Широко сътрудничество
<i>Group of Eight (G-8)</i>	1997	8	Ротация	Широко сътрудничество
<i>EUROGROUP</i>	1998	17	Ротация	Икономическо/ монетарно сътрудничество
<i>Group of Twenty Two (G-22)*</i>	1998	22	Вашингтон	Международна финансова система
<i>New Agenda Coalition / Middle Powers Initiative</i>	1998	6 (8 в началото)	Заедно с Non-proliferation Treaty	Неразпространение на ядрено оръжие
<i>Development Box Group</i>	1999	14	Заедно със СТО	Селско стопанство, търговски преговори
<i>Group of Thirty-Three (industrialized countries) (G-33) *</i>	1999	33	Различно	Международни финанси, икономика
<i>Group of Twenty (G-20)</i>	1999	19 + 1	Ротация	Икономика
<i>Human Security Network (HSN)</i>	1999	13	Ротация	Сигурност
<i>Quartet on the Middle East</i>	2002	4 (с ООН)	Ротация	Мирът в Близкия Изток
<i>Group of Five (European Union) (G-5 (EU))</i>	2003	5	Брюксел	Тероризъм, миграция, закони
<i>Proliferation Security Initiative (PSI)</i>	2003	21 основни + 77	Ротация	Неразпространение на ядрено оръжие
<i>Six-Party Talks</i>	2003	6	Ротация	Неразпространение на ядрено оръжие
<i>Group of Thirty-Three (developing countries) (G-33)</i>	2004	44	СТО	Икономическо развитие
<i>ASEAN plus six (EAS)</i>	2005	18	Индонезия	Широко сътрудничество
<i>Group of Eleven (G-11) *</i>	2005	11	Ротация	Помощ, инвестиции, търговия, дългове
<i>Group of Five (G-5)</i>	2005	5	Ротация	Общо сътрудничество
<i>Group of Six (European Union) (G-6 (EU))</i>	2006	6	ЕЦ	Тероризъм, миграция, закони
<i>Group of Ten (G-10)</i>	2006	11	Срещи на МВФ и СБ	Икономика
<i>BRICS</i>	2008	5	Ротация	Икономика, политика
<i>Climate Vulnerable Forum (CVF)</i>	2009	20	Ротация	Климатичните промени
<i>Major Economies Forum on Energy and Climate (MEF)</i>	2009	17	Ротация	Околна среда
<i>Trans-Pacific Partnership (TPP)</i>	2009	9	Заедно с АТИС	Търговия / инвестиции
<i>Cartagena Group</i>	2010	27	Ротация	Климатичните промени
<i>Group of Four (G-4)</i>	2010	4	Ню Йорк	Реформа в Съвета за сигурност на ООН

* Прекратили съществуването си.

Източник: Модифицирано по Vabulas, S. and Snidal D. *Organization without delegation: Informal intergovernmental organizations (IIGOs) and the spectrum of intergovernmental arrangements. Review of International Organizations* 8(2), June 2013, pp. 206 – 208, и собствено проучване.

От показаните данни могат да бъдат изведени следните заключения:

- Неформалните междуправителствени организации се създават в отговор на различни, разнообразни въпроси – в сферата на икономиката, политиката, опазване на околната среда, климатичните промени, ядреното разоръжаване, реформи в конкретни институции и др.

- Числеността на тези групи варира в широк спектър – от малки “клубове” с по 4 държави, до представителност от над 100 страни.
- Географията не е доминантен или ограничаващ фактор – в голям брой случаи водеща е целта на формата.
- Не може да се изведе пряка връзка между числеността и темата на групиране – по икономически причини са създадени както формати с 5, така и с над 130 държави.
- Като цяло, организациите са устойчиви във времето. Една част от тези, които са преустановили дейността си, всъщност се преобразуват в друг формат: Г-5 през 1974 г. става Г-6, през 1977 вече е Г-7, а по-късно се разширява към Г-8 и Г-20; последният пък за кратко е Г-33 и Г-22).
- В посочените формати са представени както водещи в икономическо отношение страни, така и развиващи се държави от всички континенти.
- Организациите могат да осъществяват срещите си както самостоятелно, така и под “шапката” или като част от по-голяма, формална организация или институция.
- Дори и в самите неформални организации често възникват и действат по-малки, също неформални обединения от страни (Г-7 и БРИКС в рамките на Г-20).

Утвърдените международни организации и институции изпитват затруднения да се справят сами с нарастващите трансгранични проблеми. Основните субекти на международните правила и норми – държавите, се активизират в търсене на алтернативни форми на сътрудничество. Като част от тази тенденция, неформалните междуправителствени организации увеличават своето присъствие на световната сцена. Държавите в тези формати провеждат срещи без подкрепата на постоянен секретариат, имат споделени очаквания и силна ангажираност за постигане на конкретна обща цел. Те дават възможност за вземане на по-гъвкави решения с нисък разход на време и средства, при дискретност и отсъствие на обвързващи клаузи.

Източници:

1. Дамянов, Ат., Г. Захариева. Външноикономическа политика. АИ “Ценов”, 2006.
2. Dicken, P. Global Shift. Mapping the changing contours of the world economy. 5th edition. The Guilford Press, NY, 2007.
3. Krisch, N. Capacity and Constraint: Governance Through International and Transnational Law (December 10, 2013). Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2393414>
4. Prantl, J. Effective Multilateralisms and Global Governance. Journal of world economics and politics, 2010, vol 37.
5. Scholte, J. The Globalization of World Politics: An Introduction to International Relations. Oxford University Press, 1997.
6. The Consequences of the Global Financial Crisis. The Rhetoric of Reform and Regulation. Edited by Wyn Grant and Graham K. Wilson. Oxford University Press 2012.
7. Vabulas, F. The BRICS and the Future of 'Informal' IGOs. ISN, Center for Security Studies (CSS), ETH Zurich, Switzerland, 5/2/ 2014.
8. Vabulas, S. and Snidal D. Organization without delegation: Informal intergovernmental organizations (IIGOs) and the spectrum of intergovernmental arrangements. Review of International Organizations 8(2), June 2013.
9. pilac.law.harvard.edu/europe-region-efforts//counter-terrorist-group-ctg
10. www.brics.utoronto.ca
11. www.g15.org
12. www.g20.utoronto.ca
13. www.middlepowers.org
14. www.nti.org/learn/treaties-and-regimes/new-agenda-coalition
15. www.thecvf.org
16. www.wto.org/english/thewto_e/gattmem_e.htm

РЕГУЛИРОВАНИЕ ОФШОРНОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ И НАЦИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Юрий Анатольевич Головин

*Специалность “Гражданское и предпринимательское право”, 3 курс
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
студент по програма “Еразъм +” за летен семестър 2015/2016 г.
в Стопанска академия “Димитър А. Ценов” - Свищов*

Конец XX века ознаменовался рядом новых тенденций в развитии мировой экономики. Экономическая глобализация, увеличение объёмов экспорта и импорта, ослабление контроля над обменным курсом валют, снижение степени регулирования государствами рыночных механизмов, расширение торгово-закупочных связей между странами послужили причиной формирования, а затем активного развития офшорных зон. Начиная с этого периода и по настоящее время офшорные территории занимают достаточно противоречивое место в системе международных экономических отношений. С одной стороны, схемы и механизмы, ставшие доступными благодаря развитию офшорного бизнеса, позволяют многим компаниям, в первую очередь международным, оптимизировать свою деятельность, сократить налоговые издержки, а государствам, провозгласившим себя офшорными, улучшить социально-экономическую ситуацию, повысить уровень жизни граждан, уменьшить уровень безработицы. Однако, с другой стороны, офшорные зоны формируют благоприятные условия для совершения преступлений в сфере экономики, уклонения от уплаты налоговых платежей, легализации доходов, полученных преступным путём.

Исторически сложилось так, что первыми проводить целенаправленную политику привлечения иностранного капитала за счёт снижения налогов и либерализации внешне-экономической деятельности начали островные государства - Республика Кипр, Британские Виргинские острова, Багамские острова, остров Мэн. В основном данные территории использовали граждане Британии, которые стремились уклониться от уплаты налогов, составлявших в то время примерно 80%. Позднее к этим зонам присоединились государства Люксембург, Лихтенштейн, Нидерланды, Гибралтар, Панама и другие. В дальнейшем мировая практика свидетельствовала, что офшорными зонами могут быть и отдельные территории внутри государств, например Женева в Швейцарии или штат Делавэр в Соединённых Штатах Америки.

В настоящее время термин «офшор» используется как для обозначения офшорных зон, так и для компаний, зарегистрированных в этих офшорных территориях. Таким образом, под офшорной зоной следует понимать государство или часть территории этого государства, в пределах которых регистрируются компании иностранных резидентов, приобретающие на основании законодательства этой зоны льготные условия для ведения торговых и финансовых операций, низкие ставки налогообложения, упрощённые условия ведения бухгалтерской отчётности и аудита, а также повышенную конфиденциальность в отношении информации об операциях компании и её реальных собственниках.

К примеру, значительная доля оказываемых Кипром финансовых услуг приходится на резидентов Российской Федерации. Республика Кипр занимает первое место по прямым зарубежным инвестициям в Россию. По данным Международного валютного фонда (МВФ), в 2009–2011 гг. остров перечислил в Россию 438 млрд. долларов. С другой стороны, Кипр является крупнейшим получателем инвестиций из Российской Федерации, поступления за тот же период составили более 395 млрд. долларов.

В свою очередь, стоит отметить, что при этом на современном этапе экономика офшорных стран становится недостаточно устойчивой – преобладание финансового сектора над реальным несёт в себе определённые риски. Пример банковского кризиса на Кипре в марте 2013 г. является показательным. Несмотря на то, что мировые объёмы движения ка-

питала, обслуживаемые через офшорные зоны, не снижаются, ужесточение антиофшорного законодательства идёт опережающими темпами. Под давлением развитых государств, Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Группы разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (ФАТФ) офшорные территории вынуждены идти на радикальный пересмотр своего законодательства. Таким образом, сложность работы с офшорными структурами постоянно возрастает. Бизнесу приходится разрабатывать новые схемы ведения деятельности, соответствующие изменяющемуся законодательству.

В конце XX века регулированию офшорного бизнеса не уделяли должного внимания. Существенные меры начали вводиться лишь после событий 11 сентября 2001 г., однако они были направлены преимущественно на борьбу с финансированием террористических актов. В период с 2003 по 2008 г. государства пытались решить проблему отмывания денежных средств, полученных преступным путём. Начиная с кризиса 2008–2009 гг. правительства большинства стран сосредоточились на проблеме ухода от налогов, так как крупные компании, имеющие офшорные отделения, начали активно сокращать налоговые выплаты в пользу государства в период кризиса. Учитывая то, что указанные проблемы не были решены в полной мере, на современном этапе регулирование и повышение информационной открытости и прозрачности офшорных зон является общей задачей всех развитых государств.

Как показывает практика, к основным методам регулирования офшорного бизнеса на международном уровне относятся: во-первых, разработка и принятие международными организациями нормативно-правовых актов, создающих определённые ограничения для функционирования офшорного бизнеса; во-вторых, контроль над соблюдением всеми государствами норм и правил, предусмотренных данными документами. Если государство не соответствует требованиям, изложенным в документах, то оно может быть включено в список стран, не стремящихся к сотрудничеству. Исключение из данного списка возможно только после того, как все предъявляемые к ней требования будут соблюдены.

При формировании системы контроля за офшорным бизнесом наиболее весомый вклад вносят такие международные организации, как Организация экономического сотрудничества и развития и Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) (Organization for Economic Cooperation and Development) в настоящее время включает 34 страны. Одним из задекларированных направлений деятельности организации является борьба с «вредоносной налоговой конкуренцией». Под данным термином понимается деятельность офшорных компаний, которые ведут нечестную конкурентную борьбу, уходят от уплаты налогов и таким образом существенно снижают уровень издержек¹.

Цель создания и функционирования ОЭСР заключается в расширении сотрудничества офшорных территорий со странами-членами организации. Организацией выработаны определённые стандарты, которые предусматривают обмен информацией между странами по запросу в аспекте любых налоговых платежей, вне зависимости от национального законодательства о защите частной информации или банковской тайны.

В докладе, опубликованном в 2000 г., был определён перечень юрисдикций, являющихся, в соответствии с критериями ОЭСР, «налоговыми убежищами». В период с 2000 по 2002 г. тридцать одно государство последовало рекомендациям, разработанным ОЭСР в области повышения прозрачности и совершенствования налогового законодательства. Семь стран (Андорра, Лихтенштейн, Республика Маршалловы Острова, Либерия, Княжество Монако, Республика Науру и Республика Вануату) проигнорировали данные рекомендации и были определены как «отказывающиеся сотрудничать и осуществлять информационный обмен»². Данное обстоятельство обусловило снижение их привлекательности для бизнеса, в связи с этим все перечисленные государства приняли на себя обязательства

¹ Руйга И.Р., Шрейдер А.С. Современные аспекты регулирования офшорного бизнеса на международном уровне // Проблемы современной экономики (Новосибирск). –2013 - № 11. –С. 35–39.

² List of Uncooperative Tax Havens Feb. 2012 / The Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) / URL: <http://www.oecd.org>

по увеличению транспарентности и совершенствованию национального законодательства.

Таким образом, по состоянию на май 2015 г. «чёрный список» ОЭСР не включает ни одной страны, что говорит о достижении организацией своей цели – создание механизма обмена налоговой информацией между государствами, совершенствование их налогового законодательства и увеличение прозрачности национальных экономик.

Международная организация ФАТФ (Financial Action Task Force on Money Laundering – Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег) специализируется на борьбе с отмыванием криминальных капиталов и финансированием террористических операций. В состав организации входят тридцать четыре страны и две международные организации. В качестве наблюдателей принимают участие две страны и двадцать организаций. Россия была принята в ФАТФ в 2003 г., спустя восемь месяцев после её исключения из «чёрного списка» данной организации.

В качестве инструментария в регулировании офшорного бизнеса со стороны ФАТФ применяется 40 основных рекомендаций и 9 специальных рекомендаций в сфере противодействия отмыванию доходов и финансированию террористических операций (далее – ПОД/ФТ). Данные документы представляют собой комплекс организационно-правовых мер и методов, направленных на создание в стране эффективного режима противодействия легализации доходов, полученных преступным путём, а также финансированию терроризма. В соответствии с Резолюцией СБ ООН №1617 (2005г.), 49 рекомендаций ФАТФ являются стандартами международного уровня и обязательны для выполнения государствами – членами ООН.

«Чёрный список» ФАТФ ведётся с 2000 г., его обновление осуществляется 3 раза в год и включает государства, уклоняющиеся от сотрудничества с ФАТФ в сфере борьбы с финансированием террористических актов и с отмыванием криминальных капиталов. По состоянию на май 2015 г. список представлен в виде двух документов – «Публичное заявление ФАТФ» (FATF's Public Statement) и «Повышение глобального соответствия ПОД/ФТ: непрерывный процесс» (Improving Global AML/CFT Compliance: Ongoing Process).

Публичным заявлением ФАТФ определены юрисдикции, имеющие стратегические недостатки в ПОД/ФТ к которым применяются контрмеры (Иран с февраля 2009 г., КНДР с февраля 2011г.). Кроме того, данный документ определяет юрисдикции со стратегическими недостатками ПОД/ФТ (Алжир, Эквадор, Мьянма), которые не добились определённого прогресса в устранении данных недостатков³.

В соответствии с документом «Повышение глобального соответствия ПОД/ФТ: непрерывный процесс» определены юрисдикции, имеющие стратегические недостатки ПОД/ФТ, которые устраняют несоответствие своих национальных законодательств международным стандартам ПОД/ФТ на текущий момент. В данном списке находится 12 стран: Афганистан, Ангола, Гана, Индонезия, Ирак, Лаос, Панама, Папуа новая Гвинея, Судан, Сирия, Йемен, Уганда (не достигла значительного прогресса)⁴. Семь стран, находившихся в отчёте за предыдущий год, были исключены из списка в этом году, что говорит о постепенном устранении государствами недостатков в сфере ПОД/ФТ. Большинство из стран приняли новое законодательство по вопросам борьбы с отмыванием доходов от преступной деятельности и финансированием терроризма.

Во многих офшорных территориях снижается уровень банковской тайны. Рекомендации ФАТФ, направленные на совершенствование национального законодательства в сфере борьбы с отмыванием денежных средств и финансированием террористических актов, также направлены на регулирование банковской системы и предусматривают возможность доступа властей к информации о владельцах банковских счетов⁵. Возможность анонимного владения акциями на предъявителя ведёт к их постепенному запрещению.

³ Highrisk and noncooperative Jurisdictions / The Financial Action Task Force on Money Laundering / URL: <http://www.fatfgafi.org/topics/highriskandnoncooperativejurisdictions/>

⁴ Там же.

⁵ FATF Recommendations 2012 // The Financial Action Task Force on Money Laundering / URL: <http://www.fatfgafi.org/topics/fatfrecommendations/>

Международный обмен налоговой информацией расширяется, ОЭСР выработаны определённые стандарты, которые предусматривают обмен информацией по любым налоговым вопросам между странами, вне зависимости от национального законодательства о защите частной информации или банковской тайны⁶. Большинство офшорных зон уже подписалось под соответствующими требованиями ОЭСР, опасаясь попадания в «чёрные списки» данной организации.

Эпоха примитивного уклонения от налогов и отмывания денежных средств, полученных преступным путём, через офшоры, остаётся позади. В связи с этим можно говорить о наступлении нового этапа развития офшорного бизнеса, который предусматривает преимущественно использование легальных схем налогового планирования.

Например, уже продолжительное время многие из крупнейших банков мира законно переносят часть своего бизнеса в офшорные территории, открывая там свои филиалы с целью минимизации налоговых отчислений. Также функционируют офшорные инвестиционные фонды, которые привлекают под своё управление значительные капиталы, а в силу низких налоговых издержек и более гибкой инвестиционной политики достигают лучших финансовых показателей. Существует значительная офшорная доля и в страховом бизнесе. Наиболее популярными для размещения в офшорных зонах являются перестраховочные компании и кэптивны страховые компании, страхующие риски учредителей компании.

Однако несмотря на то, что в последние годы законодательно-правовая база развитых государств и офшорных зон претерпевает существенные изменения, проблема недоимок бюджетов развитых стран от использования их резидентами преференций офшорных зон остаётся нерешённой. По подсчётам исследовательской группы Tax Justice Network, на основе статистики Банка международных расчётов (BIS) и МВФ, в данный момент на счетах в офшорных зонах хранится от 21 до 32 трлн долларов, 47% этих денежных средств принадлежит частным лицам, 53% – корпорациям⁷.

Помимо международных организаций, регулирующих офшорную деятельность, отдельные страны также развивают внутреннее антиофшорное законодательство. К примеру, в Российской Федерации с 1 января 2015 г. Вступил в силу Федеральный закон от 24 ноября 2014 г. № 376-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации (в части налогообложения прибыли контролируемых иностранных компаний и доходов иностранных организаций)», находящихся под контролем или управляемых резидентами РФ. Закон направлен на пресечение получения резидентами Российской Федерации налоговой выгоды вследствие использования иностранных компаний в низконалоговых юрисдикциях и обязывает бенефициаров, являющихся резидентами РФ, оплачивать налог на доходы физических лиц или налог на прибыль в России. В ближайшее время также вступит в силу Федеральный закон от 2 мая 2015 г. № 113-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации в целях повышения ответственности налоговых агентов за несоблюдение требований законодательства о налогах и сборах».

Данные законы значительно усложняют деятельность российского офшорного бизнеса, однако имеют ряд недостатков. В частности, при отсутствии подписанного соглашения о раскрытии налоговой информации между странами (а большинство государств на данный момент не подписали подобный документ с Российской Федерацией) Налоговая служба РФ не имеет никакой возможности проверить достоверность предоставляемых резидентами данных.

Более эффективным представляется опыт США по внедрению закона «О налогообложении иностранных счетов» (Foreign Account Tax Compliance Act, далее - FATCA). Данный законодательный акт вступил в силу 01 июля 2014 г. и подразумевает противодействие уклонению от налогов американскими резидентами налогоплательщиками, имеющими

⁶ International Cooperation against Tax Crimes and Other Financial Crimes: A Catalogue of the Main Instruments // The Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) 14.06.2012, p.14.

⁷ The Price of Offshore Revisited / The Tax Justice Network / URL: <http://www.taxjustice.net>

счета в иностранных финансовых компаниях (банках, инвестиционных и страховых компаниях). Закон требует от зарубежных компаний предоставлять информацию о счетах американских налогоплательщиков в Службу внутренних доходов США (Internal revenue service, далее - IRS). В случае невыполнения требований FATCA предусматривает удержание 30% от суммы платежа со стороны американских налоговых резидентов.

Данный закон многими государствами был воспринят неоднозначно, так как кроме обязательства предоставлять информацию закон предусматривает также ответственность зарубежных финансовых организаций за непредоставление данных в IRS. Более того, банки, разгласившие подобную информацию, могли бы нарушить внутреннее законодательство страны о банковской тайне. В итоге финансовые организации оказались в очень затруднительном положении. США были выработаны межправительственные соглашения (IGA), предусматривающие две модели передачи информации об американских налогоплательщиках:

1) Модель 1 (1 IGA) предусматривает межправительственный обмен информацией.

2) Модель 2 (2 IGA) предусматривает прямое предоставление отчетности в Налоговую службу США иностранными финансовыми организациями.

Российская Федерация не присоединилась ни к одной модели, так как находится под санкциями со стороны Соединенных Штатов, в связи с этим заключение межправительственного договора затруднено. С 2015 г. российские финансовые организации должны в первую очередь отправить информацию в Налоговую службу Российской Федерации, которая, в свою очередь, после проверки информации разрешит её передачу по Модели 2. По состоянию на 1.11.2014 г. в системе IRS для обмена информацией с налоговыми органами США зарегистрирована 961 российская финансовая организация.

Тем не менее американские налогоплательщики могут уйти от контроля со стороны налоговых служб - уже сейчас увеличивается количество бизнесменов, отказывающихся от гражданства США, предпочитающих получить гражданство одного из офшорных государств, паспорт которого также позволяет беспрепятственно передвигаться по миру.

Организация экономического сотрудничества и развития выразила желание создать глобальную систему FATCA, которая получила предварительное название GATCA. Целью ОЭСР является создание глобального межправительственного механизма обмена информацией о налогоплательщиках. Разработка данного механизма запланирована на 2015–2016 гг.

Таким образом, на современном этапе можно выделить тенденцию к увеличению регулирования офшорного бизнеса. Международные организации добились значительного успеха в обмене налоговой информацией, снижении банковской тайны и увеличении транспарентности офшорных зон для борьбы с отмыванием денег и финансированием терроризма, всё большее количество офшорных зон вынуждено сотрудничать с международными организациями, чтобы не числиться в «чёрных списках» этих организаций. Данные меры положительно сказываются на борьбе с международной преступностью и усложняют ведение офшорного бизнеса. Повышаются требования офшорных зон к отчетности и аудиту компаний. Усиливается и национальное антиофшорное законодательство. Тем не менее, предоставляемые бизнесу налоговые льготы остаются, поэтому на данном этапе развитые государства не могут рассчитывать на возвращение капиталов в свою экономику.

Список использованной литературы:

1. Руйга И.Р., Шрейдер А.С. Современные аспекты регулирования офшорного бизнеса на международном уровне // Проблемы современной экономики (Новосибирск). –2013 - № 11. –С.35–39.

2. List of Uncooperative Tax Havens Feb. 2012 / The Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) / URL: <http://www.oecd.org>

3. Highrisk and noncooperative Jurisdictions /The Financial Action Task Force on Money Laundering /URL: <http://www.fatfgafi.org/topics/highriskandnoncooperativejurisdictions/>

4. FATF Recommendations 2012 // The Financial Action Task Force on Money Laundering / URL: <http://www.fatfgafi.org/topics/fatfrecommendations/>

5. International Cooperation against Tax Crimes and Other Financial Crimes: A Catalogue of the Main Instruments // The Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) 14.06.2012, p.14.

6. The Price of Offshore Revisited / The Tax Justice Network / URL: <http://www.taxjustice.net>

АНАЛИЗ НА ВЪНШНОТЪРГОВСКАТА ОБВЪРЗАНОСТ НА БИВШИТЕ ЧЛЕНКИ НА СИВ И НАСТОЯЩИ ЧЛЕНКИ НА ЕС С РУСКАТА ФЕДЕРАЦИЯ

Даниела Тинкова Трифонова
Докторант към катедра "Международни икономически отношения"
Стопанска академия "Димитър А. Ценов" – Свищов

1. Въведение

През ХХI век съществуват различни научни разработки посветени на развитието на едно от най-успешните регионални интеграционни обединения – Европейският съюз. Особено внимание през последните години заемат протичащите в ЕС противоположни на интеграцията процеси – на диференциация и на дезинтеграция. Те са свързани с негативното влияние, което оказват както външни за регионалното интеграционно обединение фактори, намиращи израз в протеклите през последните години мащабни сътресения: възникналата през 2007 г. в САЩ Глобалната икономическа криза и ескалиралата през 2014 г. украинска криза. Също така и отрицателните последици, дължащи се на вътрешни за ЕС фактори, които са свързани с амбицията за засилване на европейските интеграционни процеси чрез разширяването с нови държави-членки. За своята история ЕС се разширява 7 пъти, а най-мащабни са последните три вълни през 2004 г., 2007 г. и 2013 г. когато се присъединяват общо 13 нови страни-членки. Част от тях са шест от постсоциалистическите държави – Полша, Унгария, Чехия, Словакия, България и Румъния привнасящи различна насока във външноикономическите отношения, създадени от ЕС със страни извън него.

Целта на настоящата разработка е установяване на историческата обусловеност за запазилите се външнотърговски връзки с Русия на шестте настоящи държави-членки на ЕС – Полша, Унгария, Чехия, Словакия, България и Румъния.

Обект на разработката е развитието на външноикономическите отношения на шест от настоящите държави-членки на ЕС – Полша, Унгария, Чехия, Словакия, България и Румъния.

Предмет са външнотърговските връзки на тези държави с Русия по време на членството им в СИВ и днес, когато са част от ЕС.

2. Анализ на външнотърговските връзки на избраните страни с Руската федерация по време на членството им в СИВ

Преди встъпването им в ЕС (през 2004 г. и 2007 г.) Полша, Унгария, Чехия, Словакия, България и Румъния са били част от едно друго интеграционно обединение – Съвета за икономическа взаимопомощ (СИВ), който е създаден в Москва през 1949 г. Именно това членство стои в основата на общото им историческо минало заедно със СССР и силната им обвързаност впоследствие с Руската федерация.

По своята същност СИВ е изграден "на основата на многостранни и двустранни споразумения за съвместно планиране, строителство на обекти, специализация и коопериране на производството, научно-техническо сътрудничество"¹ между държавите му членки. СИВ притежава общи органи на управление, част от които са: Изпълнителен комитет, Комитет на съвета на сътрудничество в различните области на дейност и Секретариат. Тяхната дейност се изразява в отправянето на определени препоръки към държавите-членки относно икономическото и научно-технологичното им развитие, но тези решения нямат задължителен характер, което означава, че страните сами определят дали ще ги изпълнят. През 1962 г. Уставът на СИВ въвежда преводната рубла, която се използва от държавите-членки за тър-

¹ Георгиева, Е. България в Съвременна Европа (От СИВ до ЕС), Византия, София, 2007, с. 13

говски, кредитни и други операции. Година по-късно страните-членки на СИВ учредяват и собствена банка – Международната банка за икономическо сътрудничество, която стартира своята дейност през 1964 г., а през 1970 г. е създадена и Международната инвестиционна банка, която започва да работи след година.

Друга важна особеност на СИВ е отсъствието на единна митническа територия, при него липсва въвеждането на единен митнически кодекс и общи митнически тарифи за всички страни-членки. Отношенията между членовете на СИВ се основават на социалистическа солидарност и на координация на народностопанските им планове. В резултат на членството в СИВ, търговията на страните-членки с външни държави е силно ограничена, за сметка на създадалата се зависимост от търговията с останалите държави-членки. За периода 1949 г.-1991 г. експорта и импорта на СССР с Румъния, България, Унгария, Полша, Чехословакия е близо $4/5^2$ от общия ѝ. Именно търговията е един от най-важните канали спомогнали за икономическото развитие на страните-членки на СИВ.

На таблица 1 можем да видим общият обем на експорта и импорта на Полша, Унгария, Чехословакия, България и Румъния и съответно вноса и износа, който извършват тези пет страни със СССР. Като ние няма да се спираме поотделно на всяка една от петте държави, а ще се опитаме да направим обобщен извод на база данните относно външнотърговските им връзки със СССР в разглежданият период.

Таблица 1. Търговия (общ обем и в частност със СССР) на Полша, Унгария, България, Румъния и Чехословакия, в млн. рубли

Година	Полша				Унгария			
	Експорт (общ обем)	Експорт към СССР	Импорт (общ обем)	Импорт от СССР	Експорт (общ обем)	Експорт към СССР	Импорт (общ обем)	Импорт от СССР
1970	3193	1135	3247	1215	2085	722	2218	758
1975	7686	2406	9371	2447	3999	1616	4646	1658
1980	11681	3596	13118	4406	10157	2757	10621	2981
1985	14404	6330	142556	6542	15845	5080	15021	4600
Година	България				Румъния			
	Експорт (общ обем)	Експорт към СССР	Импорт (общ обем)	Импорт от СССР	Експорт (общ обем)	Експорт към СССР	Импорт (общ обем)	Импорт от СССР
1970	1804	973	1648	844	1665	474	1763	445
1975	3493	1931	4027	2060	3980	824	3980	702
1980	6847	3439	6372	3660	7641	1441	8846	1351
1985	10569	6552	10820	6276	9111	2347	7239	2639
Година	Чехословакия							
	Експорт (общ обем)	Експорт към СССР	Импорт (общ обем)	Импорт от СССР				
1970	3413	1110	3326	1083				
1975	5821	1892	6340	2019				
1980	10043	3536	10193	3648				
1985	14977	3265	15040	6777				

Източник: Статистическият ежегодник стран - членове на Съвета за Економическа Взаимопомощ. 1986, Финанси и статистика, Москва, <http://istmat.info/node/32989> и Народное хозяйство СССР 1987 г.(Статистическият ежегодник), Москва, <http://istmat.info/node/17728>

² Народное хозяйство СССР 1987 г.(Статистическият ежегодник), Москва, <http://istmat.info/node/17728>

Въз основа на таблица 1 можем да обобщим, че за разглежданият период от 1970 г. до 1985 г. се наблюдава тенденция за постоянен ръст както в експорта, така и в импорта на Полша, Унгария, България, Румъния и Чехословакия със СССР. Като за някои страни делът на СССР достига почти 50 % от вноса и износа им. Най-осезаемо това се отнася за експорта и импорта на България със СССР. За по-голяма част от останалите държави СССР заема от 1/4 до 1/3 от общият обем на експорта и на импорта им. Най-слабо изразена е външната търговия между СССР и Румъния.

Значителна част от вноса от СССР в СИВ (включително за държавите разгледани в таблица 1) идва от суровините и горивата (70 % – 80 %³ от износа на СССР). Това до голяма степен е продиктувано от факта, че останалите държави-членки са бедни на природни ресурси. СССР бива принудена да обезпечи нуждите на останалите страни, свързани с гориво и суровини, а цените на тези природни ресурси са фиксирани по-ниско в сравнение със световните цени. Останалите членки от СИВ от своя страна имат значителен дял в износа на машини, оборудване и транспортни средства за СССР, изразяващо се в близо 50 %⁴ от целият износ за СССР.

През 1991 г. обаче СИВ се разпада, а това е предопределено до голяма степен от развият се процес на интеграция само на макроикономическо ниво без преминаването му и на микроикономическо ниво – чрез създаване на съвместни предприятия, ПЧИ, създаването на международни финансово-промишлени групи, строителството и експлоатацията на съвместни обекти и инженерни съоръжения. Единственото върху което залага през своето съществуване СИВ е засилената търговия между своите държави-членки.⁵

3. Анализ на външнотърговските връзки на избраните страни с Руската федерация в периода на членство в ЕС

Крахът на комунистическия режим е движеща сила за развитието на взаимоотношения между ЕС, от една страна и бившите страни-членки на СИВ, а именно-Полша, Унгария, Чехия, Словакия, България и Румъния. Присъединяването им е жизнено необходимо, за да запазят националните си стопанства във възникналата нестабилност. След извършването на редица реформи, свързани с предварително подписаните съглашения за асоцииране, държавите поетапно се присъединяват към ЕС. Четири от страните са приети в Съюза през 2004 г. – Словакия, Полша, Унгария и Чехия, а останалите две – Румъния и България стават част от него през 2007 г.

След присъединяването им към ЕС едни от основните търговски партньори на тези шест държави, с над 50% дял от общият им стокообмен стават останалите страни-членки на ЕС. Няма да се спираме подробно на тези външнотърговски връзки, а ще обърнем особено внимание на търговията извън границите на ЕС, като поставим на преден план отношенията с Русия. А основната цел, която си поставяме с това е да установим дали общото историческо минало на Словакия, Чехия, Унгария, Полша, Румъния и България с Руската Федерация, като членки на СИВ се отразява и на външнотърговската им насоченост и днес когато са част от едно друго регионално интеграционно обединение.

За тази цел на таблица 2 ще разгледаме общият обем на експорта и импорта на Полша, Унгария, Чехия, Словакия, България и Румъния и съответно в частност, този който се пада на Руската Федерация за периода от 2004г. до 2014г.

³ Конотопов, М.В., Сметанин, С.И. Экономическая история, Издательско-торговая корпорация “Дашков и К”, М., 2003, с. 432

⁴ Народное хозяйство СССР 1987г. (Статистический ежегодник), Москва, <http://istmat.info/node/17728>

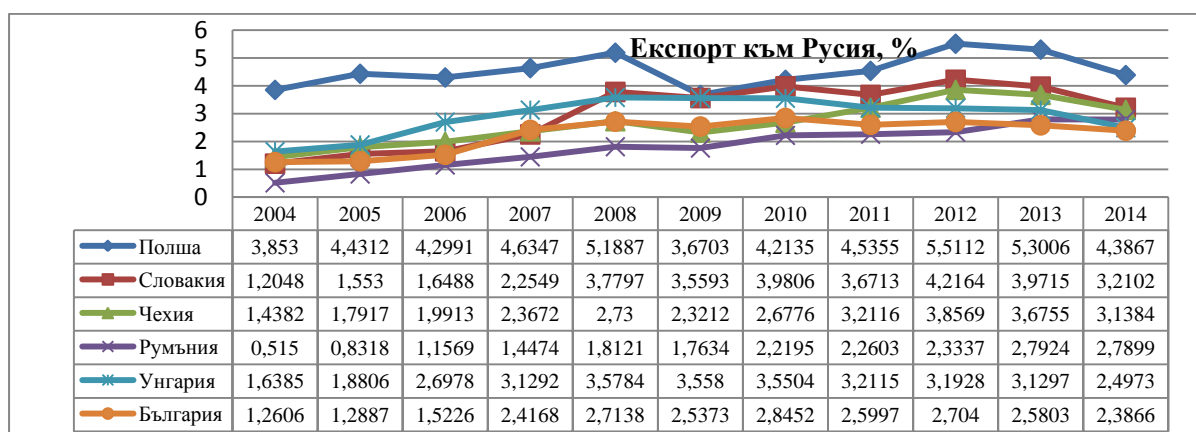
⁵ Данильченко, А. В. Интернационализация и региональная интеграция: политико-экономическая взаимосвязанность и взаимообусловленность, Беларусь и мировые экономические процессы: Сб. науч. ст. №9, Минск, 2012, с.9

Таблица 2. Търговия (общ обем и в частност с Русия) на Полша, Унгария, България, Румъния и Чехия и Словакия, в млн. щатски долари

Година	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Общ обем на износа от България	9931	11739	15102	18575	22486	16503	20608	28165	26699	29511	29387
Износ на България към Русия	125	151	230	449	610	419	586	732	722	762	701
Общ обем на вноса в България	14467	18162	23269	30085	37015	23341	25360	32494	32743	34317	34740
Внос на България от Русия	1793	2841	3998	5144	6536	3649	4094	5742	6810	6352	5278
Общ обем на износа от Румъния	23485	27730	32336	40265	49539	40621	49413	62692	57904	65881	69878
Износ на Румъния към Русия	121	231	374	583	898	716	1097	1417	1351	1840	1950
Общ обем на вноса в Румъния	32664	40463	51106	69946	82965	54256	62007	76365	70260	73452	77889
Внос на Румъния от Русия	2229	3338	4022	4417	4950	2095	2701	2927	3071	3147	3049
Общ обем на износа от Полша	73779	89378	109584	138785	171860	136641	157065	188105	179604	203848	21447
Износ на Полша към Русия	2843	3961	4711	6432	8917	5015	6618	8532	9898	10805	9408
Общ обем на вноса в Полша	88154	101539	125645	164173	210479	149570	174128	209192	191430	205614	216687
Внос на Полша от Русия	6391	8986	12145	14353	20545	12834	18201	25532	27956	25261	23406
Общ обем на износа от Унгария	55468	62272	74056	94591	108211	82572	94749	111217	103006	107730	112440
Износ на Унгария към Русия	909	1171	1998	2960	3872	2938	3364	3572	3289	3372	2808
Общ обем на вноса в Унгария	60249	65920	76979	94660	108785	77272	87432	101370	94266	98662	103201
Внос на Унгария от Русия	3385	4868	6179	6491	10157	5681	6828	8881	8281	8541	7341
Общ обем на износа от Чехия	65772	78209	95141	120901	146087	112884	132141	162392	156423	161524	17373
Износ на Чехия към Русия	946	1401	1895	2862	3988	2620	3538	5215	6033	5937	5452
Общ обмен на вноса в Чехия	66706	76527	93430	116822	141834	104850	125691	150813	139727	142526	152004
Внос на Чехия от Русия	2794	4360	5594	5625	9141	5395	6813	8100	7904	7750	6242
Общ обем на износа от Словакия	27864	31852	41686	58036	70189	55553	63999	78487	79867	85184	85874
Износ на Словакия към Русия	335	495	687	1309	2653	1977	2548	2882	3368	3383	2757
Общ обмен на вноса в Словакия	29457	34226	44759	59208	72612	55160	64382	76690	76859	81295	77596
Внос на Словакия от Русия	2744	3675	5075	5430	7745	4847	6180	8613	7629	8161	2736

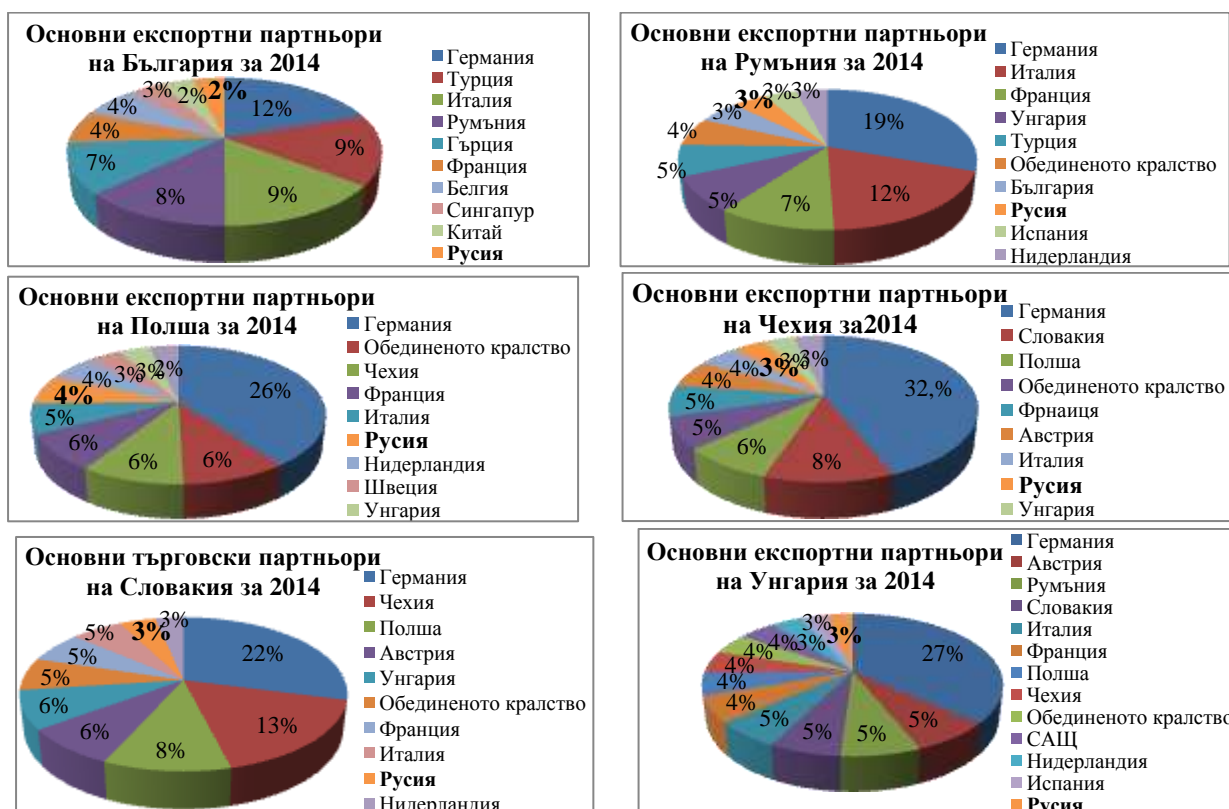
Източник: World Integrated Trade Solution, <http://wits.worldbank.org/Default.aspx?lang=en>

Въз основа на данните от таблица 1 можем да обобщим, че търговските потоци между Полша, Унгария, Чехия, Словакия, България и Румъния с Русия значително са се съкратили с близо 50% в сравнение с данните от таблица 1 (разглеждаща търговията на тези държави със СССР за периода на членството им в СИВ). Като при експортът спадът е значително по-голям, от колкото при импорта от Русия в шестте разглеждани от нас страни. По ясно процентният дял, който се пада на Русия в експорта и импорта на тези държави спрямо общият им дял може да бъде видян на фигура 1 и фигура 3.



Фиг. 1. Процент от общият дял на експорта от Полша, Унгария, Чехия, Словакия, България и Румъния към Русия. Източник: World Integrated Trade Solution, <http://wits.worldbank.org/Default.aspx?lang=en>

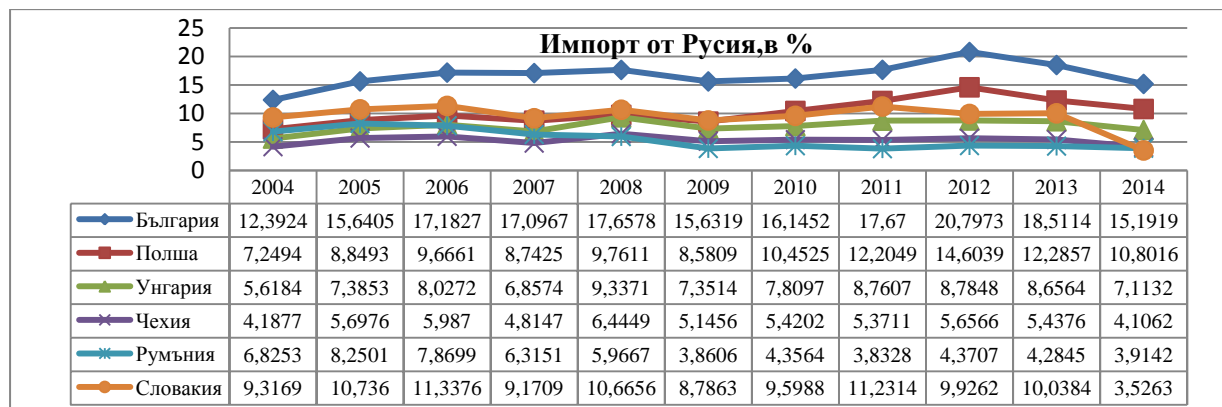
От данните на фигура 1 ясно се вижда, че и за шестте страни делът на Русия в общият им износ е незначителен, като в по-голямата си степен не достига и 5% (изключение прави експорта от Полша). Въпреки това, Русия остава една от основните държави, към които Полша, Унгария, Чехия, Словакия, България и Румъния насочват своя износ. За периода 2004г. – 2014г. тя заема от 5 до 10 позиция в експорта и на шестте държави. Като благодарение на фигура 2 можем да видим търговските партньори на разглежданите от нас държави и позиционирането на Русия в износа им за 2014 г.



Фиг. 2. Основни експортни партньори на Полша, Унгария, Чехия, Словакия, България и Румъния за 2014г. Източник: World Integrated Trade Solution, <http://wits.worldbank.org/Default.aspx?lang=en>

Трябва да отбележим, че точно през 2014г. както е видно от фигура 2 за първи път Русия изпада до тринадесета позиция(под топ десет на основните партньори) за една от шестте държави, а именно за Унгария.

От своя страна вносът от Русия, независимо от спада, който отчитаме въз основа на данните от таблица 1 успява да съхрани в определена степен значителният си размер, това се потвърждава и от данните на фигура 3.



Фиг. 3. Процент от общият дял на експорта от Полша, Унгария, Чехия, Словакия, България и Румъния към Русия. Източник: World Integrated Trade Solution, <http://wits.worldbank.org/Default.aspx?lang=en>

Процентният дял на импорта от Русия в Полша, Унгария, Чехия, Словакия, България и Румъния на фигура 3 за периода между 2004г. и 2014г. е над 5% и варира до 21%. Важно е да подчертаем, че за разглежданият на фигура 3 период Русия запазва челната си позиция, като основен вносител за България(единствено през 2004г. на челно място се позиционира Германия). А на фигура 4 могат да бъдат видени основните импортни партньори на страната за 2014 г.



Фиг. 4. Основни импортни партньори на България за 2014г.

Източник: World Integrated Trade Solution, <http://wits.worldbank.org/Default.aspx?lang=en>

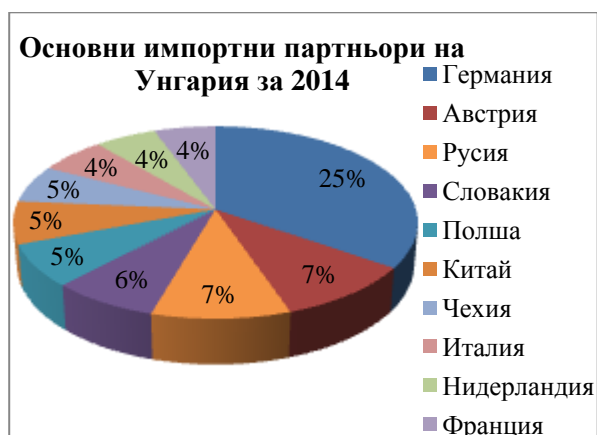
При Полша челното място заема Германия, а Русия се позиционира на второ място след нея по износ на стоки за периода 2004-2014г.(единствените колебания има през 2004г. и отново през 2009г., когато Италия я измества от това й място). За 2014г. можем да видим на фигура 5 подредбата на основните импортни партньори на Полша за 2014г.



Фиг. 5. Основни импортни партньори на Полша за 2014г.

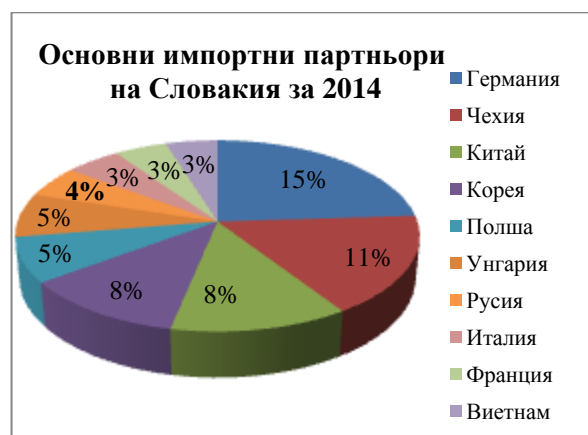
Източник: World Integrated Trade Solution, <http://wits.worldbank.org/Default.aspx?lang=en>

За Словакия и Унгария за същият отрязък от време Руската федерация заема както второ, така и трето място като основен партньор внасящ в двете държави стоки. Специфичното е, че след 2010г. до 2014г. като страна вносител в Унгария тя се нарежда след Германия и Австрия(виж. фиг.6). Докато за Словакия през 2014г. в резултат на значителен спад от близо 6% Русия се позиционира на седмо място(виж. фиг. 7).



Фиг. 6. Основни импортни партньори на Унгария за 2014г.

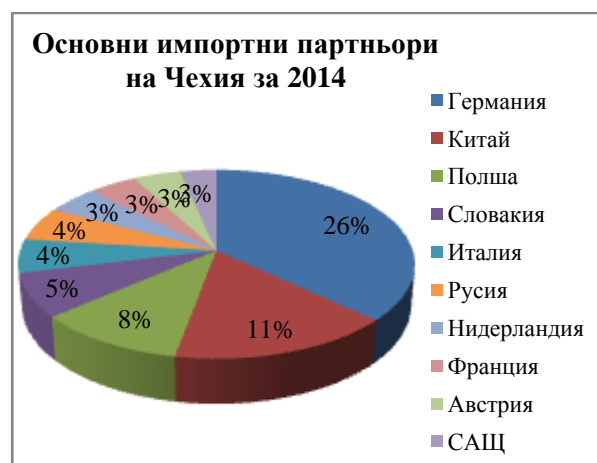
Източник: World Integrated Trade Solution, <http://wits.worldbank.org/Default.aspx?lang=en>



Фиг. 7. Основни импортни партньори на Словакия за 2014г.

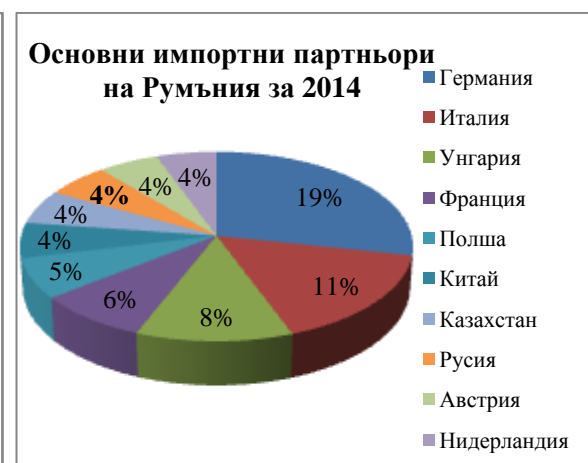
Източник: World Integrated Trade Solution, <http://wits.worldbank.org/Default.aspx?lang=en>

При следващите две държави – Чехия и Румъния, значението на Русия като основен импортен партньор е значително по-слабо изразено. За периодът 2004г. – 2014г. в импорта на Чехия, Русия заема основно пето място, макар че е важно да отбележим, че през 2005г. тя е вторият основен партньор на страната. От своя страна през 2014г. във вноса на Чехия, тя заема шесто място, нареждайки се след четири от страните-членки на ЕС и Китай(виж. фиг. 8). За търговията на Румъния от 2004г. до 2008г. включително Руската федерация заема четвърто място като основен импортен партньор за страната, а през 2009г. се наблюдава значителен спад от близо 2% позиционирайки я вече на седмо място. До днес през 2014г. когато Русия се намира с позиция по надолу(виж. фиг. 9).



Фиг. 8. Основни импортни партньори на Чехия за 2014г.

Източник: World Integrated Trade Solution, <http://wits.worldbank.org/Default.aspx?lang=en>



Фиг. 9. Основни импортни партньори на Румъния за 2014г.

Източник: World Integrated Trade Solution, <http://wits.worldbank.org/Default.aspx?lang=en>

А въз основа на данните от фигура 1 и 3 можем да направим и следният обобщаващ извод, че за разглеждания период от 2004г. до 2014г. импорта от Русия превишава значително експорта от същата страна, тоест Полша, Унгария, Чехия, Словакия, България и Румъ-

ния формират отрицателно външнотърговско салдо. А за разглежданият от нас периода 2004г.- 2014г. се наблюдава траен ръст в износа и вноса от Руската федерация с шестте горепосочени страни. Единствено колебания в развитието на тези външнотърговски връзки се наблюдават за периода 2007г.-2009г. и през 2014г. Това може да е резултат от протеклите през този отрязък от време две негативни събития – възникналата през 2007г. Глобална икономическа криза, която оказва влияние на голяма част от икономиките в световен мащаб и генерираната през 2014г. украинска криза.

Заключение

В резултат на промяната в членството на Полша, Унгария, Чехия, Словакия, България и Румъния от СИВ(през 1949г. до 1989г.) към ЕС(през 2004г. и 2007г.до днес) е отчетено значително съкращение във външнотърговски потоци между тях и Русия. Въпреки това Руската федерация остава една от основните външнотърговски партньори на шестте страни, особено във вноса на разглежданите в нашият анализ държави. За част от държавите, като България и Полша, Унгария и Словакия нейното влияние е значително по-голямо, а за Румъния и Чехия за последните години е почти незначително. Именно тази силна насоченост на външнотърговските връзки на разглежданите от нас държави към Русия могат да са катализатор за развитието на процеса на диференциация в ЕС. Интерес за бъдеща работа би представлявало задълбочаването на анализът на тези взаимоотношения чрез преглед на стоковите групи във външната търговия на шестте страни с Русия.

Използвана литература:

1. Георгиева, Е. България в Съвременна Европа(От СИВ до ЕС),Византия, София, 2007
2. Данильченко, А. В. Интернационализация и региональная интеграция: политико-экономическая взаимосвязанность и взаимообусловенность, Беларусь и мировые экономические процессы: Сб. науч. ст. №9, Минск, 2012
3. Народное хозяйство СССР 1987г.(Статистический ежегодник), Москва, източник: <http://istmat.info/node/17728>
4. Конотопов, М.В., Сметанин, С.И Экономическая история, Издательско-торговая корпорация “Дашков и К”, М., 2003
5. Радиславовна, А.А., Геннадьевна, Л.Е. Европейские страны-члены СЭВ и интеграционные процессы на Постсоветском пространстве, Вопросы экономики и права, N13, 2013
6. Статистический ежегодник стран - членов Совета Экономической Взаимопомощи. 1986, Финансы и статистика, Москва, източник: <http://istmat.info/node/32989>
7. Европейски съюз, <http://europa.eu>
8. World Integrated Trade Solution, at: <http://wits.worldbank.org/Default.aspx?lang=en>

КРЪГОВАТА ИКОНОМИКА И ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ПРЕД ЕВРОПЕЙСКИЯ БИЗНЕС

Диана Стояновна Енева
Специалност “Международни икономически отношения”, 4 курс
Стопанска академия “Димитър А. Ценов” – Свищов

“След само още едно поколение ние можем да достигнем девет милиарда души, които се учат да споделят ограничените ресурси на Земята. Като се имат предвид ограниченията на нашата планета, ние се нуждаем от промяна в начина, по който произвеждаме и консумираме стоки и услуги.”

Комисар по околната среда на ЕС, Янез Поточник

1. Въведение

Една от най-важните особености на нашето съвремие е изострянето и сложното преплитане на глобалните проблеми, които имат многообразни социално-икономически, демографски, и екологични измерения, но засягат най-вече отношенията между природата и обществото. Става очевидно, че не можем да си позволим да използваме енергията, горските, земните, растителните и животинските ресурси, да регулираме нарастването на градовете и да произвеждаме промишлена продукция така, както сме го правили преди.

Задълбочаването на глобалните проблеми поражда необходимост от обединените усилия на всички държави, но и промяна в нагласите и моделите на поведение на правителствата, бизнеса, групите и индивидите, комбинирана с развитие на науката и нов начин на приложение на технологиите. “Ние живеем в линейни икономически системи, наследени от XIX век, в света на XXI век – характеризиращ се с бързо развиващи се икономики, милиони нови потребители и взаимно свързани пазари.”¹ Търсенето и предлагането упорито се движат в различни посоки. Ако използването на ресурси продължава с настоящите темпове, до 2050 г. човечеството ще се нуждае от еквивалента на повече от две планети, за да задоволи потребностите си, а надеждите на милиони хора за по-добър живот ще бъдат разбити.

Целта на тази разработка е да се изследва появата на кръговата икономика като нов модел на развитие и ефектите от нейното прилагане.

2. Новият индустриален модел – кръгова икономика

От започването на индустриалната революция отпадъците се увеличават постоянно. Това се дължи на факта, че нашите икономики са използвали “**вземи – направи – консумирай и изхвърли**” модел на растеж, приемащ че ресурсите са изобилни, налични и лесни за изхвърляне. “Кръговата икономика е модел на развитие, наподобяващ живите екосистеми в природата. Един от основните принципи в нея е, че отпадъците не са боклук, а суровина (Фиг.1).”² В кръговата икономика стойността на продуктите и материалите се запазва възможно най-дълго време; генерирането на отпадъци и използването на ресурси са сведени до минимум и ресурсите се запазват в икономиката, когато продуктът достигне края на жизнения си цикъл, и се използват многократно за създаване на допълнителна стойност. Това означава **повторна употреба, ремонт, подновяване и рециклиране** на наличните матери-

¹ Индустриалната революция е периодът на преход от предимно аграрна икономика към индустриално производство.. Тя обхваща втората половина на 18 век и началото на 19 век. Свързана не само с началото на масовото използване на машини, но и с промяна на цялата структура на обществото. Тя е съпроводена от рязко повишаване на производителността на труда, бърза урбанизация, начало на икономически ръст, исторически бързо увеличение на жизнения статус на населението.

² Ирина Велева, Зелена индустриализация по български//сп. Мениджър, август 2014 г.

али и продукти. Това, което се е считало за **отпадък може да бъде обърнато в ресурс**. Всички ресурси трябва да бъдат управлявани по-ефективно по време на целия им жизнен цикъл



Фиг.1. Разлика между линейна и кръгова икономика
Източник: <http://blog.exportleadership.com/>

При кръговата икономика:

- Възобновяемите източници на енергия се използват възможно най-много;
- Суровините се използват повторно, не се изхвърлят;
- Продуктите са проектирани така, че суровините могат лесно да бъдат извлечени за повторна употреба;
- Продуктите са проектирани така, че компонентите могат лесно да бъдат подменени или ремонтирани;
- Продуктите са предназначени за по-дълъг живот;
- Използването на токсични химикали се минимизира.

3. План за действие на Европейския съюз за кръговата икономика

В края на 2015 г. Европейската комисия приема амбициозен пакет от мерки за преминаване към кръгова икономика.³ В него се предвиждат мерки за “затваряне на цикъла” на кръговата икономика и се обръща внимание на всички фази на жизнения цикъл на един продукт: от производството и потреблението до управлението на отпадъците и пазара на вторични суровини. Целта е да се обединят иновациите на пазара за рециклирани материали, новите бизнес модели, еко-проектирането и еко-дизайнът и промишлеността, за да добавят повече стойност на ресурсите, които се използват. **Затвореният кръг на новата икономика** предвижда:

Производство: запазване на ресурсите посредством точна продуктова политика (конструкция на продуктите за лесно разглобяване и повторна употреба/осъвременяване на компонентите; използват се рециклирани пластмаси в произведените продукти; обезпечаване на по-голямата дълготрайност на продуктите и тяхната ремонтпригодност; прилагане на нови бизнес модели);

Употреба: Дълготрайни ползи (тези мерки, съвместно с цел по ресурсната ефективност, фискални/финансови стимули и подкрепата на иновативни бизнес модели, могат да

³ “Затваряне на цикъла - план за действие на ЕС за кръговата икономика”, доклад на Европейската комисия от 02.12.2015 г., Брюксел

довежат до: 2-4% спад в общите годишни парникови емисии в ЕС; спестявания до 600 милиарда евро; 2 милиона допълнителни работни места);

Възвръщане: допълнителни мерки по политиката за отпадъците (цели по подготовката за повторна употреба на текстил, обзавеждане, предотвратяване на хранителни отпадъци; такси и забрани за изгаряне на отпадъци).

Освен това планът за действие включва редица действия, които ще бъдат насочени към премахване на пречките пред пазара в конкретни сектори или потоци от материали като пластмасите, хранителните отпадъци, основните суровини, строителните отпадъци и отпадъците от събаряне, биомасата и продуктите на биологична основа, както и хоризонтални мерки в области като иновациите и инвестициите. В предложенията на Брюксел са поставени следните цели:

- обща за ЕС цел за рециклиране на битови отпадъци от 65% до 2030г.;
- обща за ЕС цел за рециклиране на отпадъци от опаковки от 75% до 2030г.;
- задължителна цел за намаляване на депонирането до максимум 10% от всички отпадъци до 2030г.;
- забрана за депониране на разделно събрани отпадъци;
- популяризиране на икономически инструменти за намаляване на депонирането;
- опростени и подобрени определения и хармонизирани методи за изчисляване на равнищата на рециклиране в ЕС;
- конкретни мерки за насърчаване на повторното използване и стимулиране на промишлената симбиоза – превръщането на страничен за един промишлен отрасъл продукт в суровина за друг промишлен отрасъл;
- икономически стимули за производителите да пускат по-екологосъобразни продукти на пазара и да подкрепят схеми за възстановяване и рециклиране (например за опаковки, батерии, електрическо и електронно оборудване, автомобили).

Трябва да се има предвид, че Европа е много по-зависима от вносни ресурси от който и да е друг регион на света, а много от тях ще се изчерпят в относително кратки срокове, и че конкурентоспособността на Европа може значително да се увеличи с получаване на повече добавена стойност от ресурсите в икономиката и организирането на устойчиво снабдяване на суровини от европейски източници. По изчисленията на Еврокомисията ЕС 600 млн. тона ресурси годишно се губят в Европа. Среднестатистическият европейец използва 14 тона суровини и произвежда 5 тона отпадъци всяка година. Пакетът за кръговата икономика дава ясен сигнал на стопанските оператори, че ЕС използва всичките си налични инструменти за промяна на своята икономика, като открива път към нови бизнес възможности и повишава конкурентоспособността. Широко обхватните мерки за промяна на цялостния жизнен цикъл на продуктите отиват по-далеч от акцента единствено върху края на този цикъл и подчертават очевидната амбиция на Комисията да преобрази икономиката на ЕС и да постигне резултати. Благодарение на прилаганите стимули ще се появяват все повече новаторски и по-ефикасни начини за производство и потребление.

4. Предизвикателства пред Европейският бизнес в процеса на “затваряне” на икономическия цикъл

Пред всеки един бизнес, особено ако е по-голям по мащаб, стои предизвикателството за устойчивото управление на непрекъснато количества отпадъци, които компанията генерира. “Статистиката сочи, че близо 94% от материалите, използвани в производството, стават отпадъци още преди да е произведен самият продукт, а 80% от продуктите изхвърляме до 6 месеца след производството им.”⁴

Кръговата икономика въвежда стриктно разграничение между консумативи и трайни компоненти. Производителите в традиционната икономика не правят разлика между тях.

⁴ Десислава Тодорова, “Ролята на компаниите за оползотворяване на отпадъците”, сп. Ютилитис, 2013.

При кръговата икономика целта по отношение на консумативите е да се използват неотровни и чисти компоненти, които могат да се върнат в биосферата. При трайните компоненти (метали, пластмаса) целта е да се използват повторно.

Има сериозни знаци, че кръговата икономика вече оказва влияние върху бизнеса. Големи организации и компании вече застават зад идеята на новия икономически модел. Заводът на компанията “Рено” до Париж преработва автомобилни двигатели, трансмисии, инжекционни помпи, както и други компоненти за препродажба. Тези дейности използват 80% по-малко енергия и почти 90% по-малко вода, както и 70% по-малко масло и отпадъци, в сравнение с новите производства. Компанията променя някои компоненти, за да може полесно да се разглобят и използват наново. Тя се ориентира към затворен цикъл, като преобразува материалите и компонентите от използвани превозни средства в материали за производството на нови. За целта “Рено” формира смесени предприятия с компания, занимаваща се рециклиране и управление на отпадъци, за да използва техния опит с излезлите от употреба стоки при редизайна на частите. Друг пример е Samsung, който представи три концептуални модела принтери – Origami, Clip и Mate. Те са разработени така че външният корпус на устройството е направен от рециклирани се материали. По този начин се намалява употребата на пластмаса, щади се природата, а се намаляват и опаковките на новите продукти, които след това се изхвърлят. Процесът на производство на принтерите е много опростен, което ще намали и крайната им цена.

Прилагане на кръгова икономика в бизнеса може да постигне:

- намаляване на разходите за бизнеса, като намали нуждата от закупуване на суровини;
- намаляване рисковете, като е по-малко зависима от доставките и разходите за суровини;
- насърчаване развитието на нови иновативни продукти;
- показване на потребителите, че един бизнес е загрижен за околната среда.

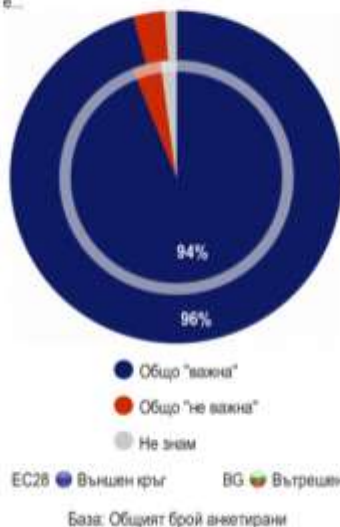
Растящ брой политики и инициативи спомагат прехода към кръгова икономика. Въпреки това продължават да съществуват конкретни политически, социални, икономически и технологични пречки пред по-широкото им прилагане и възприемане:

- Фирмите често не са осведомени, липсват им знания или капацитет да търсят решения с оглед на кръговата икономика;
- Съществуващите системи, инфраструктура, бизнес модели и технологии могат да ограничат икономиката в следването на линеен модел;
- Инвестирането в мерки за подобряване на ефективността или иновативни бизнес модели все още не е достатъчно, тъй като те се възприемат като рискови и сложни;
- Търсенето на устойчиви продукти и услуги може да остане слабо, особено ако включва промяна на поведението;
- Цените често не отразяват реалната стойност на ресурсите и енергопотреблението за обществото;
- Сигналите на ниво политика за прехода към кръгова икономика не са достатъчно силни и последователни.

Преминаването към кръгова икономика изисква смяна на цялостния бизнес модел, маркетинг модела, начина, по който се произвежда продуктът, свързана е и с промяна на потребителското поведение. Общото за ЕС проучване на *“Отношението на европейските граждани към управлението на отпадъците и ефективното използване на ресурсите”*⁵ сочат, че 96 % от хората считат за важно това, че Европа използва ресурсите си по-ефективно (Фиг.2.).

⁵ Европейска комисия, “Attitudes of Europeans towards waste management and resource efficiency”, Flash Eurobarometer 388, 2014

Q1. Ефективното използване на ресурси означава извличане на максимална полза от оскъдните ресурси, като например метали, материали, вода или земя, като същевременно се нанасят по-малко щети върху околната среда. Колко важно е за Вас Европа да използва ресурсите си по-ефективно? Бихте ли казали, че това е...



Q2. Според Вас, какво би било въздействието от по-ефективно използване на ресурсите върху всеки от следните елементи?



Фиг. 2. Отношение на европейците към управлението на отпадъците и ефективното използване на ресурсите

Източник: *Flash Eurobarometer 388, "Attitudes of Europeans towards waste management and resource efficiency"*

Над 70% са уверили, че ефективното рециклиране на техните отпадъци е основният фактор, който би ги убедил да полагат повече усилия за разделно събиране на отпадъците. 94% от хората искат повече информация за това кои пластмаси са рециклируеми, а около 60% призовават за повече и по-добри съоръжения за рециклиране и компостиране в техните области, както и за финансови стимули, докато половината биха искали по-удобно разделно събиране на отпадъците в местата, където живеят. Статистиката показва, че европейските граждани подкрепят мерките за преход към кръгова икономика, но за да заработи този модел трябва да се обединят както усилията на потребители, така и на държавата и на бизнеса.

5. Заключение

Променящите се потребителски, бизнес и правителствени нагласи спрямо консумацията и околната среда са предпоставка кръговата икономика да успее да промени начина, по който функционира бизнесът и неговите източници за печалба и конкурентни предимства. Ключовите фактори за постигане на успешно задвижване на новият икономически модел са много работа, дългосрочно мислене и споделяне на добрите практики.

Използвана литература:

1. Европейска комисия, "Към кръгова икономика: Програма за Европа с нулеви отпадъци", 2014
2. Европейска комисия, "Затваряне на цикъла — план за действие на ЕС за кръговата икономика", 2015
3. European Commission, "[Flash Eurobarometer 388 - Attitudes of Europeans towards waste management and resource efficiency](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_388_en.pdf)", http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_388_en.pdf

4. European Commission, MEMO - Questions and answers on the Commission Communication "Towards a Circular Economy" and the Waste Targets Review, 2014, http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-450_en.htm

5. "Новая промышленная революция: прокат и аренда вместо покупок", <http://www.bankist.ru/article/231214/2754/>

6. European Commission Circular Economy Strategy: Closing the loop - An EU action plan for the Circular Economy, 2016

7. "The Definitive Guide to the Circular Economy for Businesses", <http://www.coara.co.uk/definitive-guide-circular-economy-businesses/>

8. Ани Маринова, "Как да прекроим веригите на доставки за кръгова икономика"/сп. Логистика, 2015

9. Ирина Веелева, "Зелена реиндустриализация по български"/сп. Мениджър, 2014

10. Десислава Тодорова, "Ролята на компаниите за оползотворяване на отпадъците"/ сп. Ютилитис, 2013

ИКОНОМИЧЕСКО РАЗВИТИЕ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА КАНАДА В ПОСТКРИЗИСНИЯ ПЕРИОД

Мария Николаева Стойкова
Специалност "Международни икономически отношения", 3 курс
Икономически университет - Варна

I. Въведение

Канадската търговия е сред десетте най-големи в световен мащаб, притежава развита икономика, основана на изобилните природни ресурси и външната търговия, главно със Съединените щати – където се заражда икономическата криза, което я прави атрактивна тема за моя доклад. Цел на анализа на са икономическото развитие и конкурентоспособност на Канада в посткризисния период за разискването, на който ще използвам следните показатели: главните макроикономически показатели- БВП, безработица, инфлация и глобалните икономически индекси- индекс на конкурентоспособността, индекс на корупцията, индекс на икономическата свобода, индекс на човешкото развитие, коефициентът на Джини.

Канада е едновременно парламентарна демокрация и конституционна монархия. Страната се нарежда на високо ниво в ст

смесен характер. Канада е страна, която се причислява към англосаксонския пазарен модел. Балансираността и динамичността на производствената функция създават условия за формирането на съответна многоотраслова структура, включваща добре развити първичен и вторичен сектор, както и ефективно функциониращ третичен сектор с трите му основни сегмента ниско, средно и високо специализирани услуги.

II. Главни макроикономически показатели

Макроикономиката изучава поведението на икономиката като цяло, за разлика от микроикономиката, която се съсредоточава повече върху частни лица и как те взимат икономически решения. Върху макроикономиката оказват влияния редица фактори. Тези фактори са анализирани с различни икономически показатели, които ни разказват за цялостното здраве на икономиката. Макроикономическият анализ широко се фокусира върху три компонента: националното производство (измерено чрез брутният вътрешен продукт (БВП), безработицата и инфлацията.¹

1. Брутен вътрешен продукт (БВП)

Канада е сред икономически най-развитите държави в света и сред държавите с едни от най-високите доходи на глава от населението.

По време на икономическата криза 2009 г. доходите на глава от населението бележат голям спад и това се дължи на фактът, че външната търговия на Канада се осъществява главно със САЩ - откъдето тръгва и кризата. Въпреки това от тогава насам се наблюдава възходящ тренд, доходите на глава от населението нарастват с бързи темпове, като дори задминават стойностите достигнати преди кризата. Като по данни от: <http://countrymeters.info/bg/Canada/economy> се е очаква за 2015 г. той да достигне \$40 520 на глава от населението.

2. Безработица

Трендът в сравнение с 2010 година е низходящ, ако тази тенденция се запази може да се очаква, че до няколко години Канада ще се вмести в допустимите норми на безработица (4-6%). Към момента стойността ѝ е около 7 процента.

3. Инфлация

Отново наблюдаваме низходящ тренд.

¹ <http://www.investopedia.com/articles/02/120402.asp>

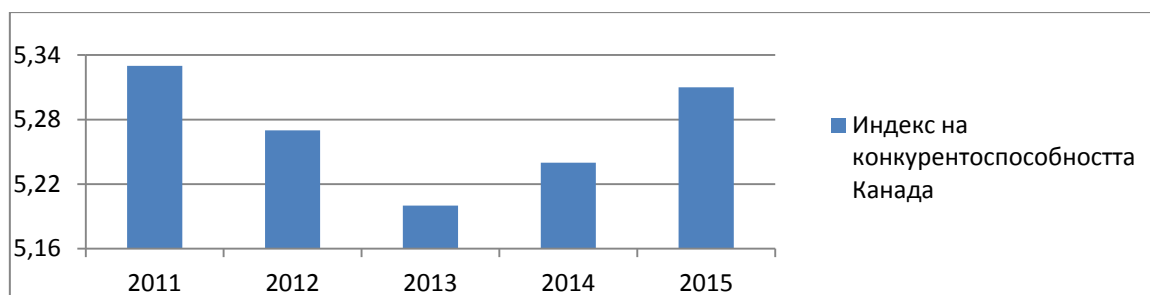
Средната стойност на Канада от 1961г. – 2015г. е 3.98 процента. Доказано е, че свеждането на инфлацията до нулево ниво има висока икономическа и социална цена тя се изразява в лошо използване на наличния физически и човешки капитал, допълнено от нарастващо социално и политическо напрежение. Канада към момента е на границата на умерено висока инфлация в порядъка на 7-9%, която е здравословна за обществото.²

III. Глобални индекси на Канада

1. Индекс на конкурентоспособността:

Изчислява се от началото на 90-те години от Световния икономически форум, който ежегодно публикува доклад относно глобалната конкурентност, включвайки данни за 144 икономики.³

Световният икономически форум най-общо дефинира конкурентоспособността като набор от институции, политики и фактори, които определят нивото на производителността на дадена страна, което пък от своя страна определя нивото на просперитет на една икономика. За да осигурят високи нива на просперитет за своите граждани, страните трябва възможно най-продуктивно да използват наличните си ресурси. Глобалният индекс на конкурентоспособността включва среднопретеглената стойност на различни компоненти, всеки от които измерва различен аспект на конкурентоспособността. Тези компоненти са групирани в 12 стълба на конкурентоспособността.⁴



Графика 5. Индекс на конкурентоспособността

Индексът на конкурентоспособност се изчислява в диапазона между 1 и 7. Колкото по-голям е рангът, толкова по конкурентоспособна е дадената страна.

2. Индекс на корупцията:

Индексът за възприятие на корупцията (CPI) е изработен от Transparency International и за първи път е публикуван като годишен индекс през 1995 година.

Стойността на индекса варира от 100 – показател за ниско ниво на корупция, до 0 – показател за високо ниво на корупция.⁵

Изследванията показват, че стойността на индекса за Канада през 2013г. и 2014г. е 81 точки, като това я поставя на 10-то място в света сред държавите с най-малко корупция за 2013г.

10-те държави в света с най-малко корупция за 2013г.:

<http://www.10te.bg/obshtestvo/svetat-dnes/10-te-darzhavi-s-nai-malko-koruptziya-prez-2013-g/#>

За този индикатор, Световната банка предоставя данни за Канада от 2001 г. до 2015 г. Средната стойност за Канада през този период е 85.8 точки при минимум от 81 точки през 2013 г. и максимум от 90 точки през 2002 г. Последните години се наблюдава покачване в индекса, като 2014 запазва своето равнище спрямо 2013г.-81 пункта, а 2015 се покачва до 83 точки.⁶

² <http://www.iki.bas.bg/english/CVita/angelov/prognosis2020/009Chapter07.htm>

³ Якимова. Ив. Пазарен универсализъм и пазарно разнообразие, Е- Летера

⁴ <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/methodology/>

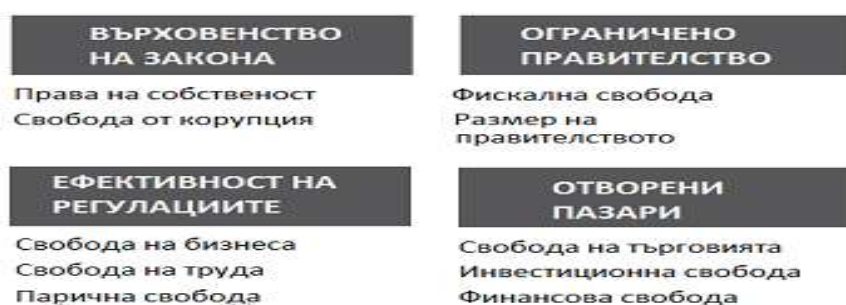
⁵ <http://www.transparency.bg/researches/korupcionen-indeks/>

⁶ http://bg.theglobaleconomy.com/Canada/transparency_corruption/

3. Индекс на икономическата свобода

Индексът на икономическата свобода показва до каква степен стопанската система за дадената страна е лишена от вмешателството и регулациите на правителството. Измерва се от две различни организации - американската фондация "Херитидж Фаундейшън", съвместно с влиятелния вестник "Уолстрийт Джърнъл" и канадския институт "Фрейзър" с помощта на 57 изследователски института от различни страни. Изчислява се на базата на други 10 показателя (10 икономически свободи), стойността на които се събира и осреднява. Индексите приема стойности от 0 до 100, като 100 означава максимална свобода.⁷ **Десетте икономически свободи:** Свобода на бизнеса, Свобода на търговията, Данъчна свобода, Свобода от държавна намеса, Монетарна свобода, Свобода на инвестициите, Финансова свобода, Право на собственост, Свобода от корупция, Свобода на труда.⁸

Обособени в 4 групи:



Според полученият резултат страните се разпределят в 5 категории (Свободни, Главно свободни, Умерено свободни, Главно несвободни, Репресирани).⁹

Таблица 1

Точки	Категория	Брой на държавите (попадащи в категорията)
80-100	Свободни	
70-79,9	Главно свободни	Канада и др.
60-69,9	Умерено свободни	
50-59,9	Главно несвободни	
0-49,9	Репресирани	

Таблица 2 Индекс на икономическа свобода – Канада (2011 – 2015 г.)

Стълбове	2011	2012	2013	2014	2015
Имуществени права	90	90	90	90	90
Свобода от корупция	87,0	89,0	87,0	87,7	81,0↓
Парична свобода	78,0	79,2	79,8	79,7	79,9↑
Свобода от държавна намеса	52,7	41,7	44,8	47,3	48,3↑
Свобода на бизнеса	96,4	96,6	91,7	89,3	89,0↓
Свобода на труда	81,7	81,8	82,3	83,1	76,1↓
Монетарна свобода	78,8	77,3	75,2	76,3	77,9↑
Свобода на търговията	88,1	87,9	88,2	88,3	88,4↑
Свобода на инвестициите	75,0	75,0	75,0	80,0	80,0↑
Финансова свобода	80	80	80	80	80
Индекс на икономическа свобода	80,8	79,9	79,4	80,2	79,1↓

⁷ Якимова. Ив. Пазарен универсализъм и пазарно разнообразие, Е- Летера, стр. 68-69

⁸ http://ime.bg/pdf_docs/papers/5_Chapter3_Edited.pdf, стр. 3

⁹ http://ime.bg/economicfreedom_heritage_summary.htm

Индексът на икономическа свобода на Канада е 79.1, нареждайки икономиката на страната на шесто място на световната сцена по данни за 2015 година.

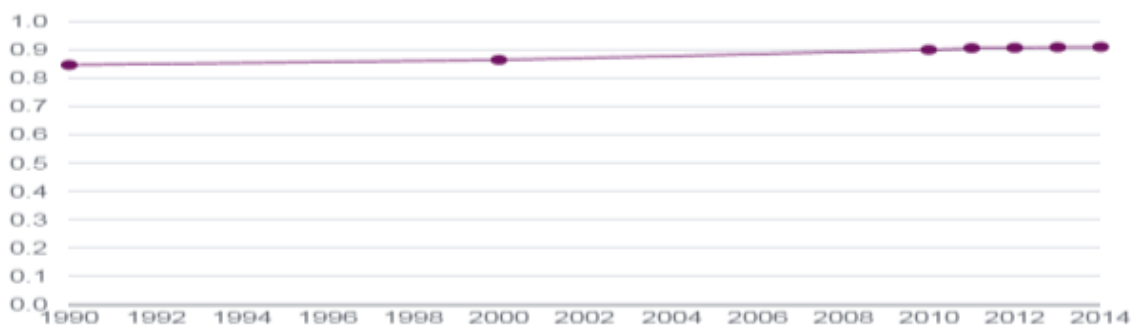
Средната стойност на индексът на икономическата свобода за Канада през периода 1995 -2015г. е 75.4 индексни пункта при минимум от 67.9 индексни пункта през 1997 г. и максимум от 80.8 индексни пункта през 2011 г. От графиката ясно се вижда, че индексът за страната следва възходящ тренд за периода, с изключение на последните години, където се наблюдава лек спад.

Независимо от това, Канада остава в световен план една от страните с най-стабилен бизнес климат и се утвърждава като привлекателно място за инвестиции. С втория най-добър режим в света за правата на собственост и нарастващ индекс на свобода на търговията, Канада има солидна основа за икономическа свобода. Финансовият сектор е конкурентен, и неговата ефективност се поддържа от разумни кредитни практики и стриктното наблюдение. Освен това страната запазва нивото на своите показатели много над световното и продължава да бъде на водещи позиции при много от тях -имуществени права, свобода на търговията, свобода на инвестициите.

4. Индекс на човешкото развитие

Индексът на човешкото развитие се разработва от специалисти в рамките на Програмата за развитие на ООН. Индексът обхваща система от показатели в четири основни сфери – продължителност на живота, достъп и степен на овладяване на знания или образованието, равнище на реалните доходи на човек от населението и от 1997г. насам индекса на човешката бедност. Държавите са подредени в четири категории: много високо (категорията е добавена в доклада за 2007 година), високо, средно и ниско човешко развитие. Като Канада попада в категорията много високо човешкото развитие.

За този индикатор, Световната банка предоставя данни за Канада от 1990 г. до 2014 г. Средната стойност за Канада през този период е 0.88 точки при минимум от 0.81 точки през 1980 г. и максимум от 0.902 точки през 2013 г. Обобщени в следната таблица:

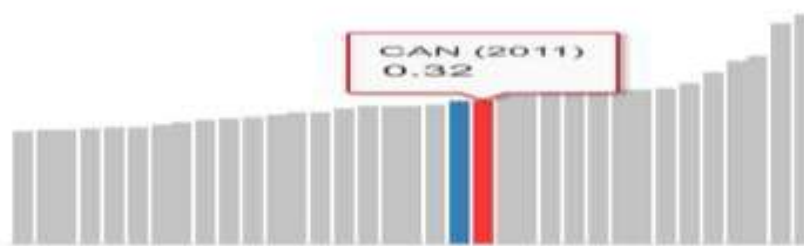


Графика 9. Индекс на човешкото развитие - Канада (1990-2014г.)

От графиката става ясно, че индексът на човешкото развитие на Канада се покачва постоянно от 1980г. насам, което означава че продължителност на живота, достъпът и степента на овладяване на знания и равнището на реалните доходи на глава от населението се покачват, а индекса на човешката бедност намалява, т.е. социалната политика на държавата е силна и се развива в положителна посока. От 1985 г насам Канада няколкократно е заемала челната позиция, като за периода 1994 - 1998г. я оглавява цели 5 последователни години.

5. Коефициентът на Джини

Коефициентът на Джини или Индекс на Джини се използва за статистическа характеристика на разпределенията на богатата в едно общество, т.е. на (паричната) разликата между благосъстоянието на бедните и богатите в едно общество. Стойността на коефициента варира между 0 и 1 (0 и 100)- при стойност близка до нулата се наблюдава пълна равномерност в обществото, докато при стойност близка или равна на 1- разслоението или неравномерното разпределение.



Графика 12. Коефициент на Джини 2011 г.

Според проучване на Организацията за икономическо сътрудничество и развитие включващо 35 страни, Канада попада към средата на класацията със своите 0,32 %. Най-малка е разликата между благосъстоянието на бедните и богатите в Дания(0,25%), а най-голяма в Чили (0,50%).

IV. Заключение:

В заключение може да се твърди, че канадската икономика е изключително силна. От 1994 година, тя отбелязва постоянен растеж, стабилност на цената на работната ръка, подобряване на конкурентоспособността, изключително ниски нива на корупция, рекорден износ и повишаване на инвестициите, като тази тенденция се наблюдава и през последните години. Канадската икономика е ресурсно обезпечена, а националната производствена функция се характеризира с балансираност и динамичност.

V. Източници.

Литературни източници.

1. Якимова. Ив. Пазарен универсализъм и пазарно разнообразие, Е- Летера

Електронни източници.

1. Икономическата свобода в България и по света.
http://ime.bg/economicfreedom_heritage_summary.htm

2. Създаване на подходяща икономическа среда
<http://www.iki.bas.bg/english/CVita/angelov/prognosis2020/009Chapter07.htm>

3. Йонкова, А., Институт за пазарна икономика. Развитие на финансовите пазари като предпоставка за икономически растеж. Дата на добавяне: 14/9/2001.
<http://www.easibulgaria.org/bg/pouki-ot-stopanskata-istoriya/razvitiето-na-finansovite-pazari-kato-predpostavka-za-ikonomicheskiya-rastej/>

4. Transparency International Bulgaria. Индекс за възприятие на корупцията.
<http://www.transparency.bg/researches/korupcionen-indeks/>

5. Институт за пазарна икономика. Методология: Измерване на 10-те икономически свободи. стр3. http://ime.bg/pdf_docs/papers/5_Chapter3_Edited.pdf

6. Investopedia. Heakel, R., Explaining The World Through Macroeconomic Analysis
<http://www.investopedia.com/articles/02/120402.asp>

7. World economic forum. Methodology. <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/methodology/>

АНАЛИЗ НА ВЪНШНАТА ТЪРГОВИЯ НА ГЕРМАНИЯ (2010-2014 Г.)

Пламена Илкова Чурова
Специалност "Международни икономически отношения", 3 курс
Икономически университет - Варна

1. Въведение

В днешния глобализиран свят търговията между отделните страни се явява основна форма на икономически връзки и представлява непосредствен резултат, получен от международното разделение на труда. Страните реализират притежаваните от тях сравнителни предимства чрез размяна на стоки и услуги. На основата на специализацията на производство в даден отрасъл отделните страни успяват да реализират икономии от мащаба, в резултат на което се създават предпоставки за повишаване на производителността на ресурсите, нарастване темповете на икономически растеж и подобряване жизненото равнище. Различията в условията на производството, равнището на технологиите, ресурсната обезпеченост и потребителските предпочитания налагат развитието на международната търговия от векове насам. Глобалното търгуване позволява на държавите и потребителите в тях достъп на продукти и услуги, които не се предлагат на местно ниво. За това какво е мястото на една страна в международните икономически връзки и каква е зависимостта ѝ във външната търговия можем да съдим от коефициентът на отвореност на националните икономики, който се изчислява чрез отношението на износа към БВП или вноса към БВП на дадена страна. Чрез показателя на отвореност на дадена икономика може да изследваме въздействието на външната търговия върху съвкупното търсене и предлагане, както и макроикономическото равновесие. В настоящият доклад ще бъде представена картината на външната търговия на Германия в периода 2010- 2014 год.

2. Място на Германия в световното стопанство и участието ѝ във форми на регионално сътрудничество

Германия е демократична парламентарна федерална република, разположена в централна Европа. Страната се дели на 16 федерални провинции. Поддържа силни и трайни икономически връзки с останалите страни. Със своята голяма отворена икономика страната се нарежда на първо място в Европа и на пето в света по икономическа мощ, а по БВП на трето място в света след САЩ и Япония. Степента на отвореност за изследвания период варира между 93-98 %. По-важни икономически сектори към 2014 год. са финанси/застрахователни и фирмени услуги; жилищно стопанство (27,5%), производство без строителство (25,6%), строителство (3,9%), обществени/ частни услуги, образование/ здравеопазване (22,49%), търговия/хотелиерство и туризъм/ транспорт, ИКТ (19,1%), селско и горско стопанство/ риболов(1,0 %). Предприятията наброяват 3,7 млн.

Таблица 1. БВП/гл. от населението(евро) за периода 2010-2014г.

	2010	2011	2012	2013	2014
БВП гл. от нас. (евро)	31 500	32 600	32 700	32 700	33 100

<http://www.nsi.bg/>

От данните в таблица 1 стигаме до извода, че Германия е с висок с БНД на гл.от населението, а също така се наблюдава и ръст в него.

На първо място Германия е един от най-силните и дейни участници в Европейския съюз. Тя играе ключова роля в определянето на курса на политиката на съюза, както и в ръководенето на европейската интеграция. Инициатор е за създаването на Европейския валу-

тен фонд, както и на много други подорганизации на съюза. Германия има голяма роля в системата за вземане на решения в ЕС. Когато до европейската комисия бъде отнесен съдебен въпрос, Германия е първата страна, към която се препраща той. След като се съберат нужните доказателства и информацията, която е необходима въпросът се отнася до кръглата маса на ЕС като инициативата се взема от Германия. В този случай федералната република играе координираща роля. ЕС също оказва влияние върху немската икономика и политика. Като член на съюза федералната република е задължена да приеме и изпълнява директивите и регулациите на ЕС.¹

Германия е членка и на СТО (Световната търговска организация), играеща значителна роля за създаването на основана на правила международна система за търговия. Федералната република е редовен дарител в глобалния фонд на организацията. Тя е включена и в много споразумения, инициирани от СТО, за търговски обмен на стоки и услуги. Немското правителство оперира с 58 държави-членки. Помощ в търговията от нейна страна може да бъде предложена на всяка една от тези страни с цел повишаване на техните конкурентни предимства.

Участва в ОИСР (Организация за икономическо сътрудничество и развитие), която представлява международна организация на развити страни, обединени от принципите на представителната демокрация и свободната пазарна икономика. Основна задача на организацията е изграждане на силни икономики в страните членки, подобряване на ефективността, стимулиране на пазарната система и подпомагане на развитието на индустриализираните и развиващи се страни. Тя се финансира от вноски на страните членки чрез големината на вноската на дадена страна се определя нейната икономическа сила. Вноската на Германия възлиза на 9% от централния бюджет на ОИСР, което я нарежда на 3-то място след САЩ и Япония.

ООН е също в списъка с организации, в които републиката участва, както и УНК-ТАД (Конференция на ООН за търговия и развитие), която се явява субсидиарен орган на общото събрание на ООН. Основна тема на конференцията е мястото на по-слабо развитите държави в световната икономика, техните проблеми и решенията за тях. Германия взема участие в постоянния секретариат, както и в други помощни органи на конференцията като събира и предоставя големи обеми от статистически данни за развиващите се страни и предоставя финансови ресурси за подпомагането им.

Страната е членка още на МВФ (Международен валутен фонд) – международна организация, грижеща се за управлението на световната финансова система. Като основна дейност е консултирането на страните членки, но за стабилизиране на системата, фондът им отпуска кредити. Германия е пописала генералното споразумение за заеми, чрез което държавите, участващи в него се задължават да предоставят определена сума пари на фонда.²

Държавата участва още и в много други организации – Г7; Г20; ОССЕ (Организация за сигурност и сътрудничество в Европа); Световната банка и т.н.

3. Размер и структура на външната търговия на Германия

За периода 2010-2014год. Германия заема трето място по износ след Китай и САЩ и трето място по внос след САЩ и Китай с индекс 1,89482. Смята се за “най-отворената икономика” измежду членките на Г7. Най-важни експортни стоки са: автомобили и авточасти; машини; химически продукти; машини за обработка на информация; електрически и оптични изделия; електрическо оборудване, метали и полуфабрикати от тях; фармацевтични и медицински продукти. Най-важни импортни стоки: петрол и газ; електрически и оптични изделия; автомобили и авточасти; химически продукти; машини; метали; електрическо оборудване; фармацевтични и медицински продукти. От информацията за вноските и из-

¹ <http://www.bundesregierung.de/Content/EN/StatischeSeiten/Schwerpunkte/Europa/2006-03-09-europa-dossier-deutschland-und-europa-en.html>

² <http://www.imf.org/external/about/borrow.htm>

носните стоки можем да видим, че те се съпоставят. Обяснение на това явление намираме в различните потребителски вкусове, ресурсната обезпеченост и изнасянето на производството на част от компонентите за готовите продукти в развиващите се страни, поради по-евтината работна ръка. Главният партньор във външната търговия на Германия е ЕС, като износът варира около 69%, а вносът – около 70%.

В следващата таблица са показани 10-те държави-търговски партньори, с които Германия осъществява най-силни връзки.

Таблица 2. Топ 10 на страните партньорки на Германия

№	Страна-партньор
1	Франция
2	САЩ
3	Великобритания
4	Китай
5	Холандия
6	Русия
7	Италия
8	Полша
9	Швейцария
10	Белгия

https://www.destatis.de/EN/FactsFigures/NationalEconomyEnvironment/ForeignTrade/TradingPartners/Tables/OrderRankGermanyTradingPartners.pdf?__blob=publicationFile

От страните членки на ЕС Франция заема най-голям дял както във вноса, така и в износа на Германия. Франция внася автомобили, машини, електроника, компютърно оборудване и изнася същия тип продукти. Между двете страни има многобройни договори за икономическо сътрудничество, както и много от френските и немските компании работят в партньорство с цел да подобрят своите конкурентни предимства. Връзките между двете страни се концентрират най-вече в културно- и научно сътрудничество.³ Икономическото сътрудничество между двете страни е сериозно изразено във френската мултинационална компания "Арева", която е специализирана в атомни и възобновими енергийни източници.

Външнотърговските отношения между Китай и Германия през последното десетилетие се засилват изключително много. Основани са главно на високо технологичните и качествените продукти, които предлага Германия на китайския пазар и икономите в лицето на по – евтината работна ръка от страна на Китай за германската икономика. Китай се нарежда на трето място сред страните, в които изнася федералната Република. От своя страна, тя е най-големият вносител на китайския пазар. Германия изнася за Китай предимно готова продукция като машини, електрически уреди и автомобили, като в момента марката Мерцедес има най-голям пазар в Китай. Китайската република изнася за Германия предимно промишлени стоки.⁴ Въпреки силните търговски взаимоотношения между двете страни, конфликти също неотсъстват. Те се дължат предимно на желанието на китайската република да усвои технологичните предимства и немското качество с цел производство на продукти, които да конкурират немските.⁵ Настъпилата през 2008год. икономическа криза обаче засилва икономическото сътрудничество между двете държави, тъй като защитават едни и същи разбирания спрямо САЩ.

Германия се явява най-големият европейски търговски и инвестиционен партньор на САЩ. Въпреки това двете страни имат доста различия във вижданията си относно развитието на световната икономика. Различията се основават както на причините, така и на подхо-

³ <http://www.diplomatie.gouv.fr/en/country-files/germany/france-and-germany/economic-relations-6086/>

⁴ http://www.ecfr.eu/page/-/ECFR55_CHINA_GERMANY_BRIEF_AW.pdf

⁵ http://www.ecfr.eu/page/-/ECFR55_CHINA_GERMANY_BRIEF_AW.pdf

дящата политика за борба с глобалния икономически спад. Друга конфликтна гледна точка са санкциите относно външната търговия в световен мащаб.⁶

Смята се, че със задълбочаването на пактът “Берлин- Лондон” Великобритания ще измести от първото място на най-голям търговски партньор- Франция.⁷ Германия изнася за Обединеното Кралство машини и съоръжения, автомобили, химикали и фармацевтични медикаменти, а то от своя страна внася във Федералната република хранителни продукти, части за машини, и оптични прибори.

Външнотърговските връзки между Германия и Русия датират от край време. Русия е основен вносител на нефт и природен газ и въглища като вноса възлиза на около 75%. Внася още зърнени култури и храни. За сметка на това износет на Германия е далеч по-диверсифициран. В него се включват автомобили и части за тях, машини, химически продукти, IT продукти и др.⁸ Германия и Русия си сътрудничат в изграждането на газопровода “Северен поток”. На 11 април 2005 г. е подписана “Съвместна декларация за стратегическо партньорство в областта на образованието, научните изследвания и иновациите” от канцлера Шрьодер и президента Путин. Това споразумение има за цел засилване на двустранното сътрудничество в сектора на образованието, особено в специализираното обучение и изпълнителния персонал. Германия има тежка индустрия с размера и капацитета за модернизация на инфраструктурата в Русия. Русия от своя страна разполага с огромни природни ресурси, които са от значителен интерес за германската икономика. Германия е силен поддръжник на участието на Русия в Г-8. Една от най-големите банки в Германия – Дрезднер банк има тесни връзки с “Газпром” - най-голямата индустриална компания в Русия.

Данните в следващата таблица показват, че Германия има положителен търговски баланс, тъй като износа превишава вноса. До 2012год. има увеличение и на двата потока, през 2013год. се наблюдава спад, а през 2014 год. – увеличение с умерени стойности.

Таблица 3. Търговски баланс на Германия за периода 2010-2014г.

Година	Износ(евро)	% изменение	Внос(евро)	% изменение
2010	951 959	18,5	797 097	19,9
2011	1 061 225	11,5	902 523	13,2
2012	1 095 766	3,3	905 925	0,4
2013	1 093 115	-0,2	898 164	-0,9
2014	1 133 540	3,7	916 636	2,1

https://www.destatis.de/EN/FactsFigures/Indicators/LongTermSeries/ForeignTrade/lrahl01.html?cms_gt p=150312_list%253D1&https=1

Делът на стоките както в износа, така и във вноса варира около 80%, което означава, че делът на услугите е относително нисък- около 20%.

4. Трендове през изследвания период и краткосрочни прогнози за развитие

През изследвания период е налице стабилна тенденция за увеличаване на стокообмена и външнотърговските връзки на Германия с нейните страни партньорки. Според немската централна банка “Бундесбанк” тенденцията за повишаване ще се задържи. Причини могат да се открият и в подобрението на икономическата ситуация в индустриално развитите страни, с които оперира и постепенното икономическо възстановяване на еврозоната. Това би станало само при положение, че геополитическото напрежение не се повиши и се избегне евентуално ново разпалване на кризата в еврозоната.⁹ От представената информация в доклада, можем да твърдим, че Германия притежава една от най-добре развитите

⁶ <http://fas.org/sgp/crs/row/R40961.pdf>

⁷ <http://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/industry/9816643/Britain-becomes-Germanys-biggest-trade-partner-as-Berlin-London-pact-deepens.html>

⁸ <http://www.iiea.com/blogosphere/understanding-german-russian-trade-relations>

⁹ <http://bnr.bg/finance/post/100419063/bundesbank-povishi-prognozite-za-ikonomicheskia-rastej-na-germania-prez-2014-a-godina>

икономики в света, която съумява да преодолее икономическите сътресения в глобален аспект и да покаже ръст в икономическите си показатели в условия на следкризисна Европа.

5. Използвани източници

1. Маринов Г., Шиваров А., Димитрова В., и др. Международен икономикс. Наука и икономика, Варна, 2013.
2. Гаргов В., Младенова З., и др. Международен икономикс. Наука и икономика, Варна, 2010.
3. <http://www.nsi.bg/>
4. https://www.destatis.de/EN/FactsFigures/Indicators/LongTermSeries/ForeignTrade/lrahl01.html?cms_gtp=150312_list%253D1&https=1
5. businesscompass.germany-june2013off.pdf
6. <http://www.diplomatie.gouv.fr/en/country-files/germany/france-and-germany/economic-relations-6086/>
7. http://www.ecfr.eu/page/-/ECFR55_CHINA_GERMANY_BRIEF_AW.pdf
8. <http://fas.org/sgp/crs/row/R40961.pdf>
9. <http://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/industry/9816643/Britain-becomes-Germanys-biggest-trade-partner-as-Berlin-London-pact-deepens.html>
10. <http://www.iiea.com/blogosphere/understanding-german-russian-trade-relations>
11. <http://www.dutycalculator.com/country-guides/Import-duty-taxes-when-importing-into-Germany/>
12. <http://www.bundesregierung.de/Content/EN/StatistischeSeiten/Schwerpunkte/Europa/2006-03-09-europa-dossier-deutschland-und-europa-en.html>
13. <http://www.segabg.com/article.php?id=721211>
14. <http://www.imf.org/external/about/borrow.htm>
15. <http://bnr.bg/finance/post/100419063/bundesbank-povishi-prognozite-za-ikonomiceskia-rastej-na-germania-prez-2014-a-godina>

ОСНОВОПОЛАГАЩОТО ЗНАЧЕНИЕ НА МИТНИЧЕСКИТЕ РЕЖИМИ ЗА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТЪРГОВСКИ ОБМЕН

Калин Илиев Ганчев

*Докторант към катедра "Международни икономически отношения"
Стопанска академия "Димитър А. Ценов" – Свищов*

В последните десетилетия от историята на човечеството интернационализацията на стопанския живот достига нови висоти. Международното разделение на труда, растежът и отварянето на националните икономики, териториалната разсредоточеност и обособеност на природните запаси, транснационализацията на фирмения и корпоративния бизнес, традициите в производствената специализация, капиталоемкостта на авангардните разработки и ред други фактори предопределят динамичния ръст в обмена на стокови, интелектуални, валутно-финансови, технологични ресурси.

Водещо място в процеса на съвременната глобализация продължава да заема най-традиционната форма на икономическо сътрудничество между държавите и народите, а именно - международната търговия. В условията на изострена международна конкуренция всяка страна се стреми да изнася блага, в чието създаване разполага с най-големи сравнителни предимства и да внася такива, производството на които поради спецификата на местните условия би било неизгодно, нискорентабилно, дори губещо. Стоките, които прекосяват територии и граници, имат свое конкретно предназначение, удовлетворяват обективно съществуващи потребности и реализират дадени пазарни стратегии. Всеки вид външнотърговска сделка, при която има движение на стоки, на практика се реализира чрез определен митнически режим. Най-общо формулирано, митническият режим представлява съвкупност от прилагани спрямо дадена стока митнически процедури в зависимост от характера на стоката и целите на пренасянето ѝ през границата. Прилаганите в Република България от 1999-та година насам митнически режими бяха нормативно хармонизирани със стандартите и разпоредбите на Европейския съюз осем години преди пълноправното членство на страната да стане факт. В Наредба № 11 от 23.12.1998 г. на министъра на финансите за реда за писмено деклариране на стоки пред митническите учреждения бяха регламентирани единнадесетте митнически режима¹.

Многообразието на митническите режими се основава на обективната необходимост от ефективна реализация на стопанските интереси, заложи в външнотърговските сделки между пазарните субекти. То осигурява свобода в избора на външнотърговски инициативи, системност и експедитивност в изпълнението на митническите контролни операции и процедури, минимизиране и унифициране на административните и документните формалности. Реална е и възможността с помощта на петте митнически икономически режима ("Активно усъвършенстване", "Обработка под митнически контрол", "Временен внос", "Пасивно усъвършенстване", "Митническо складиране") да се използват предимствата на съвременната глобализация. Анализът показва, че на българските производствени фирми и търговски посредници митническите икономически режими предлагат комплекс от стимули, сред които като основни можем да откروим следните:

- освобождаване от авансово заплащане на вносни митни сборове и държавни вземания и от прилагане на мерките на търговската политика за стоки, чийто чуждестранен статут не е променен;
- ползване на финансови и процедурни облекчения и улеснения по отношение на изделия, които не са предназначени за потребление у нас и Общността;

¹ Наредба № 11/1998 бе заменена от Наредба № Н-17 от 13.12.2006 г. за прилагане на разпоредбите на Приложение № 37 и Приложение № 38 от Регламент (ЕИО) № 2454/93 на Комисията относно писмено деклариране чрез Единния административен документ.

- включване на чуждестранни суровини и полуфабрикати в производството на завършени продукти с български (общностен) произход;
- обработване и ремонтване в чужбина на български по произход суровини и изделия и тяхното реимпортиране в завършено състояние.

Основополагащото значение на митническите режими за ефективността на международните търговски операции на българските икономически оператори ни дава основание да фокусираме нашето внимание върху същността и спецификите им.

Митнически режим “Внос”. При условията на този окончателен митнически режим, дейността на търговците се свежда до доставка на стоки от чужбина, предназначени за крайно потребление в Република България. След приема на България в ЕС, режимът запази характерните си черти, но претърпя терминологична модификация съгласно общото европейско законодателство. Въпреки, че новото му наименование е “Допускане за свободно обращение”, за целите на настоящата разработка се придържаме към традиционния термин “Внос”. Вносът придава на чуждестранните продукти митнически статут на местни (съюзни) стоки и обхваща прилагането на мерките на търговската политика, извършването на входните митнически формалности и облагането с дължимите митни сборове и държавни вземания.

Митнически режим “Транзит”. Този митнически режим позволява пренасяне от едно до друго място на митническата територия на Република България (на Европейския съюз) на чуждестранни стоки (т.е. на стоки от трети страни), без да бъдат облагани с вносни митни сборове и други дължими публични вземания и без да подлежат на мерките на търговската политика, както и на местни (съюзни) стоки, оформени за износ за трети страни.

В момента на присъединяването на Република България към Европейският съюз за режим “Транзит” влезнаха в сила разпоредбите на Конвенцията за общ транзитен режим от 1987 г. Паралелно с това, националното транзитно приложение в Българската интегрирана митническа информационна система (БИМИС) се включи към общата за всички страни-членки на Конвенцията система - NCTS (Нова компютъризирана транзитна система). Важно е да се отбележи, че залегналите в Конвенцията за общ транзитен режим нормативни постановки са изцяло интегрирани в митническото законодателство на ЕС. Съобразно митническото законодателство на ЕС, транзитът може да бъде характеризирани като:

- общностен режим транзит по силата на Конвенцията и хармонизираните ѝ в законодателството разпоредби;

- други видове транзитни процедури, прилагани в Съюза, когато превозът на стоките се осъществява под покритието на: карнети ТИР; карнети АТА; Рейнски манифест; формуляр 302 (така наречения “Нато-манифест”); както и чрез пощенски пратки.

За вътрешен транзит в Съюза под покритието на транзитна митническа декларация Т2 или Т2F говорим, когато стоки с произход от ЕС се превозват за страна-членка на Конвенцията, но нечленка на ЕС, или преминават през такава страна.

За външен транзит в Съюза под покритието на транзитна митническа декларация Т1 говорим, когато стоки с произход извън ЕС се превозват за страна-членка.

Митнически икономически режим “Митническо складиране”. Този широко използван в Европейския съюз режим бе изцяло нов за българските условия в началото на приложението му през 1999 г. и позволява поставянето и съхранението в одобрен от митническите органи и поставен под техен контрол склад на чуждестранни стоки, които не се облагат с вносни митни сборове и други държавни вземания, а също така не подлежат на мерките на търговската политика. Този режим се квалифицира като митнически икономически режим и като режим с отложено плащане. Икономически режим - защото позволява на опериращите с него бизнесмени да реализират изгодно икономическите си планове като създават търговски запаси за по-дълъг или по-кратък период в изчакване на подходяща ценова

и външнотърговска конюнктура. Престой е целесъобразен и в етапи на пазарни, структурни, финансови, производствено-технологични и регионални кризи, когато съответните местни или задгранични контрагенти на складовложителите временно не са в състояние да поемат предназначенията за тях количества. Така например през 1999 г. повечето от българските консервни комбинати прибегнаха до разкриването на митнически складове. Те разполагаха с произведена от вносни суровини и амбалажи готова продукция, която не експедираха за договорирали я руски фирми. Последните отказваха да извършват разплащания поради неплатежоспособност, възникнала в резултат на валутните сътресения в Русия. Невъзможността предходният митнически икономически режим с изтичащ срок "Активно усъвършенстване" да бъде закрит с контрактно предвидения реекспорт или с други допустими митнически направления, насочи вниманието към митническото складиране до стихването на финансовите смущения в Руската федерация. Използването на режим "Митническо складиране" позволява да се икономисват и оборотни средства, защото при въвеждането на стоките в склада и по време на престоя им в него не възниква вносно задължение поради обстоятелството, че режимът сам по себе си е отворен, т. е. подлежи на последващо приключване с друго митническо направление. Тази негова характеристика го превръща в режим с отложено плащане. Вносни митни сборове и други държавни вземания се събират само ако стоката премине в свободно обръщение в страната.

Митнически икономически режим "Временен внос". Този митнически икономически режим с отложено плащане разрешава ползването на митническата територия на Република България (респективно на ЕС) на чуждестранни стоки, предназначени за реекспорт, без да са претърпели изменения, освен нормалното износване при тяхната употреба. С други думи, стоките не подлежат на производствено въздействие, количественият и качественият им състав остава непроменен. Те трябва да се поддават на идентифициране в момента на внасянето им с цел избягване на злоупотреби с режима при реекспорт. Предприеманите мерки за идентифициране на стоките могат да включват: отбелязване или описание на специфични означения или фабрични номера; поставяне на митнически знаци като пломби, печати, лепенки; вземане на мостри, проби, илюстрации, технически упътвания; извършване на анализи, фотографирание.

Временният внос предполага пълно освобождаване от вносни митни сборове и публични вземания за професионално оборудване; стоки за излагане и използване по време на изложби, панаири, договаряния, симпозиуми; педагогически материали и научно оборудване; медицински, хирургически и лабораторни уреди и инструменти; материали и съоръжения за ликвидиране на последствия от бедствия; учебни пособия и научна литература; опаковки; мостри; лични вещи; спортно оборудване; музикален и театрален реквизит и инструментариум; палети; контейнери и други. По време на престоя на гореизброените предмети в страната евентуално дължимите им митни сборове и публични вземания се обезпечават в пълен размер. Този подход принуждава притежателят на стоките да се подчинява на действащите правни норми, регулиращи режим "Временен внос". В случай на отклонение от тях, направените обезпечения стават изискуеми и се превръщат в реални фискални постъпления.

Режимът "Временен внос" може да бъде приключен не само с традиционния в повечето случаи реекспорт, но и с друго допустимо митническо направление, за което следва да е налице разрешение от митническите органи. Икономическата полза от режима се обуславя от неговия потенциал да улеснява нетърговския престой на инвестиционни и потребителски стоки, определян като специфична фаза, предшестваща или заместваща същинската международна сделка за покупко-продажба.

Митнически икономически режим "Активно усъвършенстване". Този режим получи широк размах в българската икономическа и митническата административна практика в края на двадесети век. Може да се прогнозира, че перспективността му в световен ас-

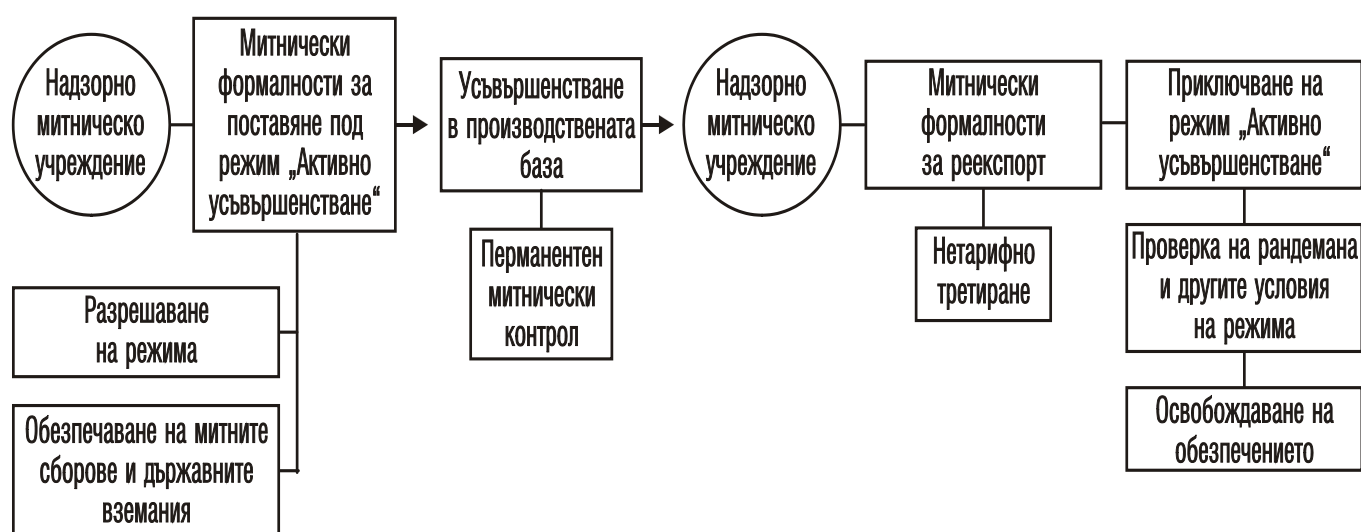
пект ще продължава да расте право-пропорционално на глобализацията на икономиката и на отпадането на ограниченията пред свободното движение на стоки, труд и капитали.

Наложен от пазарния диктат за консумация на висококачествени стоки с ниски цени, режимът разрешава да се осъществяват на митническата територия на България (Съюза) операции по усъвършенстването (обработка, преработка, поправка) на предназначени за реекспорт чуждестранни (несъюзни) стоки, без да се облагат с митни сборове и без да подлежат на мерките на търговската политика. Разцветът на този митнически икономически режим с отложено плащане в нашата страна бе благоприятстван от редица фактори като наличието на квалифицирана работна сила, подходящо техническо оборудване, географска близост до крупни пазарни консуматори.

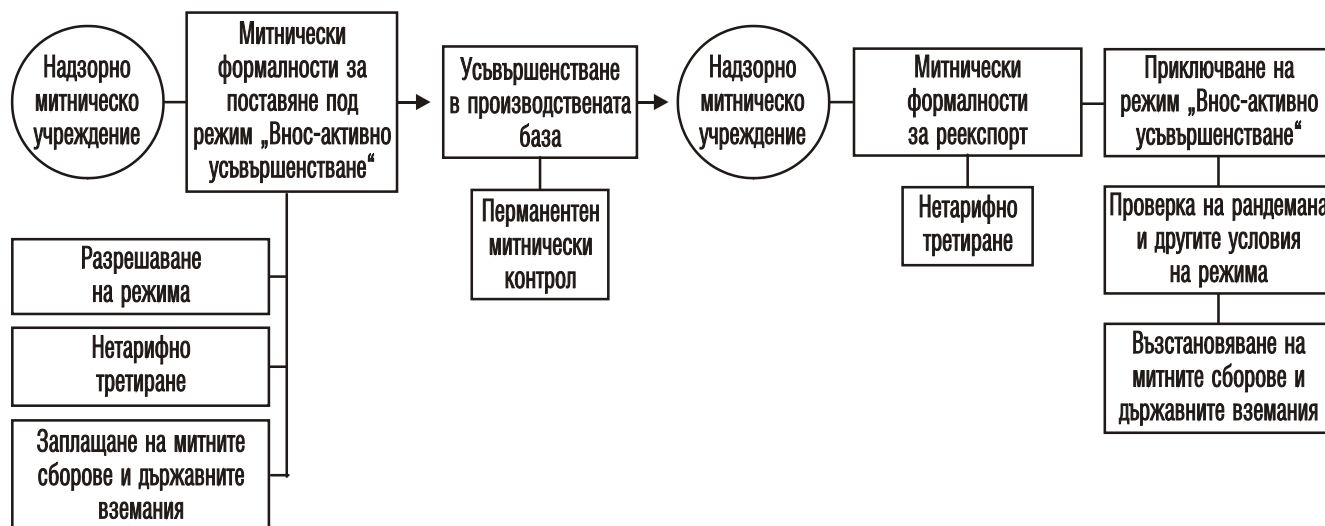
Режимът "Активно усъвършенстване" обосновава първата част от наименованието си със следните доводи. Първо, операциите, извършвани върху продукта не целят неговото съхраняване в състоянието, в което е временно внесен, а са насочени към дълбочинни технологични въздействия, променящи външния му вид и вътрешната му структура. Този процес на същностни изменения е свързан с активното задвижване на производствени фактори в страната - влагат се местен труд, енергия, овеществен капитал, в резултат на което се създава национален доход. Второ - активни са и митническите органи, които имат възможност да упражняват действителен контрол върху всички производствени фази по трансформирането на продукта.

Прилагането на митнически икономически режим "Активно усъвършенстване" е възможно в два варианта:

- като **система с отложено плащане**, при която внасяните за усъвършенстване стоки се обезпечават с банков депозит или гаранция в определен размер от митническата им облагаема стойност до техния реекспорт. Представяме схематично тази система във **Фигура 1**:



- като **система с възстановяване**, при която внесените за усъвършенстване стоки се облагат с митни сборове и държавни вземания, като последните подлежат на възстановяване в случай, че обработката, преработката или поправката бъдат последвани от реекспорт съгласно следващата **Фигура 2**:



Митнически икономически режим “Обработка под митнически контрол”. Този режим бе напълно нов за българското законодателство и практика, когато получи нормативни основания за приложение в началото на 1999 г. с влезлите в сила тогава Закон за митниците и Правилник за прилагане на закона за митниците.

Обработката под митнически контрол (ОМК) като режим разрешава допускането на митническата територия на Република България (Съюза) на чуждестранни стоки с цел промяна на вида или състоянието им без да се облагат с вносни митни сборове и държавни вземания или да се подлагат на въздействието на външнотърговския режим. Тези мерки се прилагат след обработването на стоките, които добиват статут на местни (съюзни) и остават за потребление в страната. Функционалната същност на “ОМК” много се доближава до режима “Активно усъвършенстване”, тъй като и в двата случая се извършват производствени операции по промяна на чуждестранни продукти, като по този начин се насърчава запазването и разкриването на работни места, натоварването във възможно най-пълно мащаб на съществуващия машинно-технологичен парк и намаляването на валутните разходи за внос на определени видове стоки. Но крайният етап на режима “ОМК” не предполага връщането на обработените стоки в чужбина, както е при режим “Активно усъвършенстване”, а насочването им за свободно обръщение на вътрешния пазар. Освен това, докато за активното усъвършенстване е характерно въздействието върху суровини, материали и полуфабрикати с цел получаването на продукти в напреднал или изцяло завършен технологичен стадий, при обработката под митническия контрол целта е разграждането на стоките до техните първични съставни части и елементи. Например, един счетоводно амортизиран, физически износен и подлежащ на производствен брак презокеански лайнер в резултат на технологични операции и въздействия под митнически икономически режим “Обработка под митнически контрол” би бил трансформиран в стоманени и чугунени блокове, дървени и пластмасови плоскости и стърготини, кожени и текстилни платна и изрезки и др.

Митнически режим “Реимпорт”. Този митнически режим е приключващ, т. е. преустановява действието на предходни режими, нормативно ограничени във времето. Временно пребивавала в чужбина стока се връща, след като е изпълнила целите на престоя си там. Всички процедури, независимо от тяхното времетраене и пространствено развитие, се поставят под митнически надзор, когато стоката напуска митническата територия на страната (Съюза). Целта е предшестващият режим да се реализира в установените митнически регламентации.

С реимпорта на артикулите пред собственика им се разкрива възможността да докаже безупречното изпълнение на митническите правила, а пред митническите органи - да констатира правомерността на реализирания митнически режим. При реимпортирането на стоки не възникват митнически задължения при спазването на две ключови условия. Първо, вносителят трябва да представи стоките пред митническите органи и да им докаже

по безусловен начин тяхната идентичност със състоянието им при първоначалния износ зад граница. И второ, връщането на стоките следва да е в границите на разрешения функционален срок, който е три години от момента на изнасянето до момента на обратното въвеждане на стоките в страната².

Митнически режим “Износ”. Този окончателен митнически режим представлява търговско извеждане на стоки с местен (съюзен) статут извън митническата територия на страната (Съюза) с цел тяхната крайна реализация в трети страни. Всяка страна се стреми да стимулира своя износ с оглед формирането на активно външнотърговско салдо, което налага при този режим митническите формалности и мерките на търговската политика да са сведени до минимум, износни митни сборове да не се прилагат, а начислените и заплатени преди експортната операция оборотни данъци (ДДС) да се възстановяват, тъй като стоковото потребление преминава под юрисдикцията на чуждестранни данъчнооблагателни системи.

Въпреки, че експортните стоки иманентно са предопределени за финална употреба в чужбина, те могат да се реимпортират в митническата територия на страната (Съюза). Това са случаите, когато стоката срещне непреодолими тарифни или нетарифни препятствия в страната на вноса, или се окаже дефектна или неподходяща за предвиденото използване. Причина би могла да бъде и неосъществена реализация по силата на договор за консигнационна продажба или невъзможност да се осъществи докрай превозната операция. В подобни случаи връщаните стоки се освобождават от вносни митни сборове, дори когато представляват само част от общото количество изнесени стоки.

Митнически икономически режим “Пасивно усъвършенстване”. Това е митнически икономически режим, даващ регламентация за временно напускащите митническа територия на страната (Съюза) стоки с цел да бъдат усъвършенствани (обработени, преработени, поправени) зад граница и върнати обратно като компенсаторни продукти.

Пасивното усъвършенстване като режим напълно копира активното усъвършенстване с тази разлика, че е сменена посоката на движение на стоките, които имат нееднакъв митнически статут. Фактът, че режимът “Активно усъвършенстване” предизвиква интерес за изработката на продукти у нас, логично допуска възможността за реципрочна деятелност на българските стокопритежатели. Ако определени стопански фактори благоприятстват оптимизирането на качествените и икономическите резултати от изработката на стоки и осигуряват рационалната им пазарна реализация, то местният пазарен агент непременно ще прибегне до пасивно усъвършенстване. Закриването на режима може да се осъществи след реимпортирането на временно изнесените и усъвършенствани стоки, чието пропускане в свободно обръщение става с пълно или частично освобождаване от вносни митни сборове и държавни вземания.

Частичното освобождаване от входни налози на практика означава частично заплащане на такива. То се осъществява чрез приспадане от размера на вносните митни сборове, дължими за внесените компенсаторни продукти, на размера на вносните митни сборове, които биха се дължали на същата дата за временно изнесените стоки, ако се внесат в митническата територия на Република България от страната, където са били обект на усъвършенстващата операция.

Условията за пълно освобождаване от митни сборове и държавни вземания са налице, когато титулярят на режим “Пасивно усъвършенстване” докаже, че целта на осъществените зад граница манипулации е била поправката на стоката. Този необходим ремонт трябва да е извършен като неотложна безплатна операция по повод покриване на възникнало гаранционно задължение или отстраняване на производствен дефект, установен при първоначалния внос на стоката.

² Виж Закон за митниците, глава 23, чл. 183, ал. 1 и 4 и чл. 184.

Митнически режим “Временен износ”. При условията на този отворен митнически режим се разрешава временно изнасяне извън митническата територия на страната (Съюза) на местни (съюзни) стоки, които след реализирането на специфични пазарни цели в чужбина следва да се реимпортират в количествена неприкосновеност и без да са претърпели изменения, освен нормалното износване при тяхната употреба.

Законосъобразното развитие на временния износ предполага създаване на възможност за точна и целенасочена идентификация на временно изнасяните стоки, които след срок, съвпадащ с целите на престоя зад граница, стават обект на последващ митнически контрол. Контролното въздействие е наложително с оглед недопускането на подмени в чужбина на местни (съюзни) стоки с такива от трети страни.

Митнически режим “Реекспорт”. При реекспорта, като митническо направление и същевременно - приключващ митнически режим, временно внесени в страната (Съюза) чуждестранни стоки се връщат обратно зад граница след изтичане на определените срокове. Реекспортирането им е заключителната фаза на техния престой в страната съгласно целите на временното внасяне.

Реекспортът като режим може да бъде задействан, ако връщаните обратно стоки са в непроменен вид или установените изменения са нормативно предвидени и извършени с разрешението и под контрола на митническите органи и ако няма просрочие на предходния митнически режим. Отклоненията от горните условия блокират учредяването на режим “Реекспорт”, пораждат митническо задължение и са основание за административно-наказателно производство.

Общият преглед и неизчерпателният анализ на използваните в Европейския съюз и Република България митнически режими ни позволяват да ги квалифицираме като рационален инструмент, както за успешна реализация на търговската стратегия на фирмите, така и за държавна икономическа политика, провеждана чрез митническия надзор и контрол върху внасяните, изнасяните и транзитно превозваните стоки. Основната ни цел бе да очертаем необходимост от задълбочено познаване на функционалния профил, икономическата логика и приложния механизъм на съвременните митнически режими, без което би било затруднено развитието на българската икономика в условията на ожесточена световна конкуренция.



ГЛОБАЛНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС

СБОРНИК С ДОКЛАДИ

20 ЮБИЛЕЙНА

МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

Свищов, 2016

www.mioconference.eu/publications

Дадена за печат на 27.04.2016 г., излязла от печат на 12.05.2016 г.

Печатни коли: 17,50; тираж 100 бр.

ISBN 978-954-23-1131-7

Издателство и печат: Академично издателство „Ценов”
Свищов, ул. Градево № 24